



INSTITUTO
UNIVERSITÁRIO
DE LISBOA

Garçonnes à Portuguesa: A Representação da "Mulher Moderna" nas Capas da Revista ABC (1920-1927)

Mihaela Gradinaru

Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura

Orientadora:

Doutora Cecília Santos Vaz, Professora Auxiliar Convidada
ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2023



SOCIOLOGIA
E POLÍTICAS PÚBLICAS

Departamento de História

Garçonnes à Portuguesa: A Representação da "Mulher Moderna" nas Capas da Revista ABC (1920-1927)

Mihaela Gradinaru

Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura

Orientadora:

Doutora Cecília Santos Vaz, Professora Auxiliar Convidada
ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2023

À Maricika

Agradecimentos

Cumprir a responsabilidade de concluir esta investigação não foi possível sem o apoio de um conjunto de pessoas, que à sua maneira, contribuíram para recarregar a motivação diária. Assim, agradeço:

À professora Doutora Cecília Santos Vaz, por embarcar nesta “odisseia garçónica”. Desde o primeiro momento estive entusiasmada e presente para acompanhar o desenvolvimento deste estudo. Agradeço a liberdade criativa, as palavras de encorajamento e o rigor nas suas críticas construtivas que me permitiram expandir as competências de investigação. A sua orientação foi peça fundamental na concretização deste trabalho, sem si o barco afundava. Só me resta declarar a calma da maré e a tão ansiada chegada a porto seguro!

Ao Pedro por ter sido um pilar imprescindível nos altos e baixos deste percurso. Sei que lhe pesam as costas de carregar diariamente as minhas lamúrias e picos de irracionalidade. Porém, creio que sem o seu apoio, as quedas pelo caminho teriam sido muito mais dolorosas.

Aos meus pais, por serem um poço seguro quando precisei de me afastar desta investigação. Por serem o exemplo de resiliência que adoto na minha postura. Por confiarem nas minhas decisões, apoiando o meu percurso académico.

À Maryam, que com os seus “cabelos à Joãozinho” nunca falhou em levantar-me a moral. A sua honestidade bem afirmava as minhas capacidades antes de eu mesma acreditar nelas.

Ao Tiago, pelos passeios à beira Tejo. Já foram muitos quilómetros juntos, que venham mais.

À equipa da Hemeroteca Municipal de Lisboa, para além da amabilidade com que sempre me receberam, agradeço a confiança durante a consulta presencial dos volumes, já frágeis, da revista *ABC*. Agradeço-lhes também a preservação do património material que têm realizado ao longo destes anos. Só me resta incentivar, uma vez mais, a futura digitalização da revista *ABC*.

A todos, o meu sincero agradecimento.

Resumo

No esforço de desenvolver as competências de literacia visual, viaja-se ao passado mediante imagens que rodeiam o espaço social e cultural da década de 1920, conhecida como “Loucos Anos Vinte”. Neste período histórico a mulher emancipa a sua aparência e filosofia de vida, e apesar das opiniões polarizadoras, é inegável o seu papel de protagonista influente na época.

A presente investigação recua à produção da imprensa em Lisboa, onde o semanário *ABC* nasce e divulga com sucesso capas modernistas narrando o perfil da *garçonne*, “mulher moderna” de cabelo e saia curta. O impacto visual destas imagens é questionado segundo o papel da imprensa enquanto difusor de identidade(s). Considerando as capas da revista *ABC* e a representação da “mulher moderna”, através de uma análise quantitativa e qualitativa das capas entre 1920-1927.

Os resultados da análise confirmam a participação da *ABC* no fenómeno transnacional da representação da “mulher moderna”, assim como produzem um descritivo característico presente na sua revista. A partir de uma análise comparativa com as tendências estilísticas e temáticas do estrangeiro e a representação da mulher segundo a sua figura, visual e agência, é possível realizar uma leitura que permite uma caracterização desenvolvida de como descrever uma “mulher *ABC*”.

Palavras-chave: Mulher, Moderna, Anos Vinte, revista *ABC*, Representação, Análise

Abstract

Through the effort of developing visual literary competencies, we travel to the past through images that surround the social and cultural space of the 1920's, best known as "Roaring Twenties". In this time, the emancipation of the women is felt through her changed appearance and life philosophy, and although the polarizing opinion, is undeniable her role as an influential protagonist of the era.

The following investigation draws back to the press production in Lisbon, where the weekly *ABC* is born and successfully publishes modernist covers narrating the *garçonne* profile, a "modern woman" with short hair and short skirts. The visual impact of these images is questioned according to the role of the press as a diffuser of identity(ies). Considering the covers of *ABC* magazine and the representation of the "modern women", through a quantitative and qualitative analysis of the covers between 1920-1927.

The analysis results confirm *ABC*'s participation in the transnational phenomenon of the representation of the "modern woman", as well as produce a characteristic description present in its magazine. From a comparative analysis with the stylistic and thematic tendencies from the outside and the representation of women according to their figure, visual and agency, it is possible to carry out a reading that allows a develop characterization of how to describe an "*ABC* women".

Keywords: Women, Modern, Twenties, *ABC* magazine, Representation, Analysis

Índice

Agradecimentos	iii
Resumo	v
<i>Abstract</i>	vii
Índice de Imagens	xi
Índice de Gráficos	xiii
Índice de Tabela	xiii
INTRODUÇÃO	1
1. Folhear uma Revista com um Século: Caminhos da Investigação.....	1
2. <i>Magazine</i> Teórico: Estudos e Abordagens à Investigação.....	8
PARTE I – CONTEXTO SOCIAL, CULTURAL E ARTÍSTICO	16
3. Transgressões de uma Época: Do Estilo de Vida ao Papel da Mulher.....	16
3.1. Os Anos Vinte	16
3.1.1. Tempos modernos: A valorização do lazer	16
3.1.2. A convenção de feminilidade: mulheres que trabalham e mulheres donas de casa	20
3.2. A Mulher Moderna e o Novo Paradigma de Feminilidade	23
3.2.1. “Vossa Ex ^a quer ser moderna? Apresentamos o novo modelo <i>à la garçonne</i> ”	23
3.2.2. <i>Garçonnes</i> de má-fé: a mulher moderna como pecado	27
4. O Papel tem Duas Faces: Da Ilustração à Imprensa Periódica.....	30
4.1. Ilustrações e Outras Modernas Pinceladas	30
4.1.1. Caricaturas de uma época ou modernos desenhos?	30
4.1.2. Sobre a influência da Arte Déco e os <i>Ballets Russes</i> na arte dos Anos Vinte.....	32
4.2. A Leitura como Lazer da Mulher Moderna.....	34
4.2.1. “A madame prefere o <i>magazine</i> de moda ou o periódico feminista?”	35
PARTE II – ANÁLISE VISUAL DAS CAPAS DA ABC	38
5. <i>ABC – Revista Portuguesa: “Às quintas-feiras leitura ilustrada para todos”</i>	38
5.1. O Novo Semanário Ilustrado, de Lisboa para o Mundo	38
5.2. “Breviário de Beleza” e Outras Confidências para as Leitoras	41
5.3. As Capas da Revista <i>ABC</i> entre 1920-1927	43
5.3.1. Construção do <i>corpus</i> : processo de levantamento.....	43
5.3.2. Construção do <i>corpus</i> : critérios de exclusão	45
5.3.3. Breve apresentação aos principais artistas colaboradores	47
6. As Influências vêm de Todos os Cantos da Tela: Observações de Temas e Estilos.....	49
7. As <i>garçonnes</i> das capas: como a <i>ABC</i> representa a “mulher moderna” entre 1920-1927.....	66

7.1. Posar para a tela, posar para a objetiva: mulheres ilustradas e mulheres fotografadas	67
7.2. “Modas do ABC”: o êxito das pernas, das pérolas e das peles	78
7.3. Agenda cheia: práticas e atividades da “mulher moderna”	94
CONCLUSÃO	113
8. A Contracapa.....	113
Fontes e Bibliografia.....	117
ANEXOS	126

Índice de Imagens

Imagem 6.1: <i>ABC</i> , 5.º ano, n.º258, 25/06/1925	51
Imagem 6.2: <i>ABC</i> , 6.º ano, n.º272, 01/10/1925	51
Imagem 6.3: <i>ABC</i> , 6.º ano, n.º273, 08/10/1925	51
Imagem 6.4: <i>ABC</i> , 4.º ano, n.º 193, 27/03/1924, ilust. de Domingos Rebelo	52
Imagem 6.5: <i>ABC</i> , 1.º ano, n.º36, 17/03/1921, ilust. de Stuart Carvalhais.....	52
Imagem 6.6: <i>ABC</i> , 1.º ano, n.º45, 19/05/1921, ilust. de	52
Imagem 6.7: “La Leçon Bien Apprise” do álbum <i>La Guilande</i> , 1919, ilust. De George Barbier	52
Imagem 6.8: “L’Air” da coleção <i>Falbalas et Fanfreluches, Amanach des Modes Présentes, Passées et Futures</i> , 1925, ilust. de George Barbier	52
Imagem 6.9: “La Balançoire” da coleção <i>Modes et Manières d’aujourd’hui</i> , 1912, ilust. de George Lepape	52
Imagem 6.10: Figura de uma odalisca para a peça <i>Scheherazade</i> , 1911, ilust. de Léon Bakst	53
Imagem 6.11: “Cléopâtre”, 1912, ilust. de George Barbier	53
Imagem 6.12: <i>ABC</i> , 3.º ano, n.º136, 22/02/1923, ilust. de Emmerico Nunes	53
Imagem 6.13: <i>ABC</i> , 2.º ano, n.º 67, 20/10/1921	55
Imagem 6.14: <i>ABC</i> , 8.º ano, n.º357, 15/09/1927, ilust. de	55
Imagem 6.15: <i>ABC</i> , 8.º ano, n.º366, 21/07/1927, ilust. de Jorge Barradas	55
Imagem 6.16: Jeanne Mammen, (1926/1928), <i>Revue Girls</i> , Berlinische Galerie – Alemanha.....	55
Imagem 6.17: Otto Dix (s.d.) <i>Brothel Matron/Puffmutter</i> , Otto Dix Foundation – Vaduz, Liechtenstein	55
Imagem 6.18: Otto Dix (1922) <i>Na die Schönheit</i> , Art Resource – Nova Iorque.....	55
Imagem 6.19: Otto Dix (1925) <i>Retrato da dançarina Anita Berber</i> , Kunstmuseum Stuttgart - Alemanha	58
Imagem 6.20: <i>The Smart Set</i> , vol. 66, n.º2, ??/10/1921, ilust. de Albert Barbelle	58
Imagem 6.21: <i>Ilustração Portuguesa</i> , série II, n.º772, 04/12/1920	58
Imagem 6.22: <i>ABC</i> , 1.º ano, n.º30, 03/02/1921, ilust. de Emmerico Nunes	58
Imagem 6.23: <i>ABC</i> , 3.º ano, n.º134, 08/02/1923, ilust. de Emmerico Nunes	58
Imagem 6.24: <i>Revista de Revistas</i> , n.º?, ??/02/1922, ilust. de Ernesto García Cabral e Alfonso Gorduño.....	58
Imagem 6.25: <i>Mujer</i> , 2.º ano, n.º33, 07/04/1926, ilust de Tono.....	60
Imagem 6.26: <i>Shōjo Gahō</i> , vol. 17, n.º12, ??/12/1928, ilust de Takabatake Kasho.....	60
Imagem 6.27: <i>Vogue</i> , n.º?, 27/10/1928, ilust. de Eduardo García Benito	60
Imagem 6.28: <i>La Vie Parisienne</i> , 61.º ano, n.º27, 07/07/1923, ilust. de Maurice Milliere.....	60
Imagem 6.29: <i>Para Todos...</i> , 9.º ano, n.º424, 29/01/1927, ilust. de J. Carlos.....	60
Imagem 6.30: <i>Bonniers Veckotidning</i> , n.º 45, 03/11/1929, ilust. De Gullan Rudevall Artelius	60
Imagem 6.31: <i>ABC</i> , a. 1.º, n.º 9, 09/09/1920.....	62
Imagem 6.32: <i>La Femme Chic</i> , n.º 237, ??/10/1930	62
Imagem 6.33: <i>Bonniers Veckotidning</i> , n.º 24, 13/06/1925, ilust. de Georg Klinghammer	62
Imagem 6.34: <i>ABC</i> , 5.ºano, n.º 245, 26/03/1925, ilust. de Emmerico Nunes	64
Imagem 6.35: <i>Vogue</i> , n.º? 01/09/1920, ilust. de Helen Dryden	64
Imagem 6.36: <i>La Vie Parisienne</i> , 66.º ano, n.º 18, 05/05/1928, ilust. de Georges Léonnec	64
Imagem 6.37: <i>Social, La Habana</i> , n.º?, ??/04/1928, ilust. de Conrado W. Massaguer.....	65
Imagem 6.38: <i>Life Magazine</i> , n.º?, 09/06/1927, ilust. de Russell Patterson	65
Imagem 6.39: <i>La Vie Parisienne</i> , 64.º ano, n.º27, 01/07/1916 ilust. de Georges Léonnec	65
Imagem 6.40: <i>ABC</i> , 1º ano, n.º20, 18/11/1920, ilust. de Jorge Barradas	65
Imagem 6.41: <i>ABC</i> , 7.º ano, n.º360, 09/06/1927, ilust. de Jorge Barradas	65
Imagem 6.42: <i>ABC</i> , 4.º ano, n.º160, 09/08/1923, ilust. de Emmerico Nunes	65

Imagem 7.1.1: Jean Auguste Dominique Ingres (1814), <i>A Grande Odalisca</i> ,.....	73
Imagem 7.1.2: <i>ABC</i> , 7.º ano, n.º361; 16/06/1927, ilust. de Jorge Barradas	73
Imagem 7.1.3: <i>ABC</i> , 8.º ano, n.º387, 15/12/1927, ilust. de Jorge Barradas	73
Imagem 7.1.4: <i>ABC</i> , 4.º ano, n.º177; 06/012/1923.....	73
Imagem 7.1.5: <i>ABC</i> , 2.º ano, n.º 62, 15/09/1921, ilust. de Stuart Carvalhais.....	75
Imagem 7.1.6: <i>ABC</i> , 5.º ano, n.º 238, 05/02/1925, ilust. de Jorge Barradas	75
Imagem 7.1.7: <i>ABC</i> , 1.º ano, n.º1; 15/07/1920.....	77
Imagem 7.1.8: <i>ABC</i> , 6.º ano, n.º264; 06/08/1925.....	77
Imagem 7.1.9: <i>ABC</i> , 2.º ano, n.º105; 13/06/1922;.....	77
Imagem 7.2.1: <i>ABC</i> , 7.º ano, n.º 339; 13/01/1927.....	80
Imagem 7.2.2: <i>ABC</i> , 3.º ano, n.º119, 26/10/1922.....	80
Imagem 7.2.3: <i>ABC</i> , 7.º ano, n.º323; 23/09/1926, ilust. de Jorge Barradas	80
Imagem 7.2.4: <i>ABC</i> , 1.º ano, n.º 35; 10/03/1921.....	83
Imagem 7.2.5: <i>ABC</i> , 2.º ano, n.º 87; 09/03/1922.....	83
Imagem 7.2.6: <i>ABC</i> , 1.º ano, n.º 16, 28/10/1920, ilust. de Jorge Barradas	86
Imagem 7.2.7: <i>ABC</i> , 1.º ano, n.º21, 02/12/1920, ilust. de Jorge Barradas	86
Imagem 7.2.8: <i>ABC</i> , 1.º ano, n.º 23, 16/12/1920, ilust. de Jorge Barradas	86
Imagem 7.2.9: <i>ABC</i> , 1.º ano, n.º 24 23/12/1920, ilust. de Jorge Barradas	86
Imagem Pormenor da imagem 7.2.6.....	86
Imagem Pormenor da imagem 7.2.7.....	86
Imagem Pormenor da imagem 7.2.8.....	86
Imagem Pormenor da imagem 7.2.9.....	86
Imagem 7.2.10: <i>ABC</i> , 4.º ano, n.º199; 08/05/1924, ilust. de Jorge Barradas	91
Imagem 7.2.11: <i>ABC</i> , 4.ºano, n.º181; 03/01/1924.....	91
Imagem 7.2.12: <i>ABC</i> , 8.º ano, n.º373; 08/09/1927, ilust. de Jorge Barradas	91
Imagem 7.3.1: <i>ABC</i> , 7.º ano, n.º342; 03/02/1927, ilust. de Emmerico Nunes	99
Imagem 7.3.2: <i>ABC</i> , 7.º ano, n.º364; 07/07/19 27 ilust. de Jorge Barradas	99
Imagem 7.3.3: <i>ABC</i> , 7.º ano, n.º347; 10/03/1927 ilust. de Jorge Barradas	99
Imagem 7.3.4: <i>ABC</i> , 1.º ano, n.º8, 02/07/1920, ilust. de Stuart Carvalhais.....	102
Imagem 7.3.5: <i>ABC</i> , 8.º ano, n.º371, 25/08/1927, ilust. de Jorge Barradas	102
Imagem 7.3.6: <i>ABC</i> , 5.º ano, n.º226, 13/11/1924.....	103
Imagem 7.3.7: <i>ABC</i> , 5.º ano, n.º253, 21/05/1925.....	103
Imagem 7.3.8: <i>ABC</i> , 6.º ano, n.º274, 15/10/1925.....	103
Imagem 7.3.9: <i>ABC</i> , 7.º ano, n.º321, 09/09/1926.....	106
Imagem 7.3.10: <i>ABC</i> , 1.º ano, n.º11, 23/09/1920, ilust. de Stuart Carvalhais.....	106
Imagem 7.3.11: <i>ABC</i> , 1.º ano, n.º47, 02/06/1921, ilust. de Stuart Carvalhais.....	106
Imagem 7.3.12: <i>ABC</i> , 1.º ano, n.º14, 14/10/1920, ilust. de Stuart Carvalhais.....	108
Imagem 7.3.13: <i>ABC</i> , 5.º ano, n.º260, 09/07/1925.....	108
Imagem 7.3.14: <i>ABC</i> , 2.º ano, n.º61, 08/09/1921.....	108

Índice de Gráficos

Gráfico 5.3.1. Temas das capas da <i>ABC</i>	46
Gráfico 7.1.1. Representação da “mulher moderna” na <i>ABC</i>	68
Gráfico 7.1.2. Descritivo associado à mulher fotografada	70
Gráfico 7.2.1. Tendências de maquiagem da “mulher moderna”	83
Gráfico 7.2.2. Tipo de acessórios nas capas da <i>ABC</i>	85
Gráfico 7.2.3. Tipo acessórios na cabeça da “mulher moderna”.....	89
Gráfico 7.2.4. Tipo de vestuário e as suas características modernas.....	92
Gráfico 7.3.1. Tipo de Cenários	96
Gráfico 7.3.2. Tipo de Atividades	96

Índice de Tabela

Tabela 5.3.1. Autoria das capas ilustradas (1920-1927).....	47
---	----

INTRODUÇÃO

1. Folhear uma Revista com um Século: Caminhos da Investigação

Há um século atrás, o ocidente viveu uma transformação cultural e a diversidade de fenómenos ocorridos durante a década de 1920, conhecida como os “Loucos Anos Vinte” ou somente “Anos Vinte”, oferece vários trajetos oportunos de estudo. Mediante a mudança de paradigma de feminilidade da década, optou-se por abordar nesta investigação o fenómeno da mulher moderna: um novo modelo de mulher, cuja emancipação diversifica a sua aparência e estilo de vida, tornando-a transgressiva do modelo convencional. A construção e caracterização da sua imagem teve lugar em diversas representações produzidas na época, recorrendo a diferentes suportes e meios de difusão. Um dos meios para a disseminação destas imagens são as revistas ilustradas que se popularizam na década de 1920, outro fenómeno que emergiu e marcou esta época, e que assumiram um papel de destaque na promoção de imagens identitárias, particularmente no caso do novo paradigma de mulher moderna.

Para concretizar este objeto de estudo, a presente investigação focar-se-á nas representações publicadas nas capas da *ABC – Revista Portuguesa, magazine* que alcança grande popularidade entre os periódicos ilustrados portugueses na década de 1920, em parte devido às suas artísticas capas, especialmente as ilustradas, que difundiam a imagem da mulher moderna.

O arquétipo da mulher moderna, ou a “cabelos à Joãozinho”, como era apelidada em Portugal, foi curado de forma que a sua representação fosse indubitavelmente reconhecida. A presença desta figura foi um fenómeno do mundo ocidental com expressão em diversos contextos, por exemplo em França, onde ficou conhecida como a *garçonne*, nos Estados Unidos e Inglaterra, conhecida como *flapper*, no Brasil como *melindrosa*, ou em outras regiões, sendo genericamente referida como *new women* (nova mulher). Todos estes nomes procuram traduzir um mesmo fenómeno de afirmação de um novo modelo de feminilidade, apresentado pontos de contacto entre si, mas evidenciando também algumas diferenças, resultantes dos contextos. Os próprios suportes, linguagens e meios utilizados na representação desta nova mulher criam os seus códigos específicos, acentuando ou atenuando determinados aspetos da sua caracterização.

Na análise das representações deste modelo difundidas pelas capas da *ABC*, optou-se por nomeá-la como “mulher moderna”, sublinhando a rutura com os paradigmas do passado que esta figura pressupõe. Procurar-se-á então explorar de que forma é que esta modernidade é representada nestas figuras femininas, sistematizando características recorrentemente utilizadas na sua representação, e de que forma a própria revista se procura associar a este modelo. Será esta “mulher moderna” das capas da *ABC* uma “mulher *ABC*”?

O objeto de estudo desta investigação é a imagem da “mulher moderna” representada segundo as capas da revista portuguesa *ABC* durante a década de 1920. Mediante esta análise da sua representação,

procura-se como estas imagens contribuem para a sua caracterização. Revemos a sua postura contravençional e questionamos se esta característica descrita por muito se identifica presente nas representações da *ABC*? Colocada de outra forma, quais são as características que os ilustradores da *ABC* priorizam na representação desta “mulher moderna”? A sua presença social foi notória, não só porque o seu visual e atitudes transgrediram normais da feminilidade socialmente convencionais, mas porque esta rutura foi influente entre jovens da década, chegando a designar historicamente a imagem da mulher dos Anos Vinte. Será o elevado número de capas da *ABC* com “mulheres modernas” reflexo desta influência também evidente em Portugal? Ou apenas a participação das artes nacionais nas representações comuns em outras regiões mais influentes durante a época? Será possível através da análise conseguir encontrar características particulares à representação da *ABC* que distingam as “mulheres modernas” em Portugal? O papel da imprensa, divulgador destas imagens, é fundamental no discurso visual da época pelo que, também devemos questionar a responsabilidade da imprensa quando constrói e “imortaliza” estas representações.

Recuar às primeiras décadas do século XX é também o recuar aos primórdios da imprensa periódica de tiragem em massa, juntamente com a emergência do fenómeno das revistas de capas ilustradas. A partir de novas formas de comunicação visual na imprensa (como as ilustrações e a fotografia), a cultura visual em desenvolvimento obtém poder de produzir, e reproduzir, a divulgação de imagens e novas ideias. Nas revistas ilustradas, populariza-se a tendência de fazer capa com imagens de mulheres jovens, consideradas o modelo de beleza moderno. Este fenómeno continua a sentir-se nos dias de hoje. Comparativamente, 1920 e 2020 assemelham-se no modo como utilizam estes meios de comunicação visual e textual para cimentar padrões de representatividade do sexo feminino.

A revista ilustrada foi fenómeno de atração pelo investimento visual, como ilustrações e fotografias, expondo-se enquanto manifestação de modernidade. Assim «como o cinema criou uma humanidade fotogénica, o “magazine” criou o seu mundo, um mundo gráfico»¹, afirmava a *Ilustração Portuguesa* em 1921. O mesmo sucede internacionalmente, sendo que vários países influenciados pelos progressos da imprensa criaram as suas versões nacionais de revistas ilustradas e de capas ilustradas com temáticas semelhantes às publicadas pela *ABC*. Os seus artigos multifacetados abordaram temáticas dedicadas ao lazer, à beleza e moda, à culinária, aos famosos do ecrã e dos palcos, aos acontecimentos internacionais, à política, à ciência, recheando distintamente as páginas de publicidade visual com colaborações de artistas nacionais. O resultado foi a diversificação de públicos, uma vez que tais artigos cativaram o interesse e adesão do público feminino.

Em Portugal, este género de publicações periódicas difundiu-se em maior número no final da década de 1920. Ao passo que a *Ilustração Portuguesa* termina em 1924, junta-se à *ABC*, lançada em 1920, o periódico semanal do *Domingo Ilustrado*, em 1925, e no ano seguinte a *Ilustração*. Em 1927 chega o

¹ O Homem que Passa, «A “Ilustração Portuguesa” entrevista a “Ilustração Portuguesa”», *Ilustração Portuguesa*, II série, n.º 816, 08/10/1921, p. 232.

Magazine Bertrand, em 1928 a *Civilização* e o *Notícias Ilustrado*. Todas estas publicações periódicas portuguesas apresentavam conteúdos temáticos muito semelhantes.

O desenvolvimento de atividades integradas no estilo de vida da época, como o desporto e o cinema, tinham o seu lugar na redação semanal destes *magazines* genéricos. No entanto, estes temas passaram a receber atenção exclusiva da esfera jornalística. Em 1924, surge o *Diário de Sport*, o primeiro diário de desporto, mas *Os Sports* e o *Sporting* mantinham-se como os jornais eleitos do desporto². Para o cinema, em 1924 também termina a primeira revista cinematográfica *Cinema Revista*. Porém, pela década fora, nascem diferentes revistas dedicadas à nova arte, como, em 1923, a *Invicta Cine* e a *Cinema-Lisboa*. Em 1925, é lançada a *De Cinematografia*, e em 1926 a *Cine Portugal*. Mais tarde, em 1928, surge a *Cine-Notícias* e a *Imagem*, em 1929 a *Cinegrafia*, e em 1930 a *Kino*³.

A escolha de um *magazine* da época é pertinente para a comparação entre as representações expostas nas capas e as descrições históricas presentes em outras fontes. A revista ilustrada apresenta-se como um objeto de estudo de maior interesse, uma vez que dialoga com o seu tempo de produção, enquanto simultaneamente é agente influenciador da cultura. O seu poder de comunicar com o leitor/consumidor passa por um trabalho de persuasão e moldagem à ideia comercializada.

Investir esteticamente na construção de uma capa é uma estratégia. Associada à estrutura dos *magazines*, publicações datadas do século XVII e XVIII, estes periódicos era concebidos sem uma capa individualizada na sua composição editorial. O mais aproximado era a página frontal, por vezes emoldurada em detalhes decorativos, exibindo uma gravura ou apenas assinalada pelo cabeçalho com o título da revista. Porém, o investimento era diminuto e pouco criativo, chegando a haver casos em que nem se ocupava a página inteira, mas apenas a metade superior, iniciando-se o texto logo nesta primeira página.

O surgimento das capas como elementos distintos e separados dos artigos no interior foi consequência da evolução tecnológica e industrial do século XIX. Surge uma maior aposta no desenvolvimento gráfico e tiragem em massa das revistas e jornais. Com o conseqüente aumento de interesse de venda, inovam-se as táticas editoriais. A capa passou a ser entendida como um objeto estético, com o poder de atrair o público e de cimentar a identidade da própria publicação. Abrem-se novas oportunidades de trabalho na imprensa, que aumenta e diversifica a procura de criações originais de artistas que conseguissem aderir ao gosto estético da época e fossem capazes de captar o interesse das pessoas através de uma imagem e gráfica bem realizadas.

² Ver Pinheiro, Francisco (2013). «Portugal de calções – para uma génese do desporto enquanto fenómeno mediático». *Revista faac*, Bauru, 2(2), pp.182-184.

³ Ver Lourenço, Jaime e Centeno, Maria João, (2010) «Imprensa Portuguesa sobre Cinema: uma Retrospetiva». Em Baptista, Carla e Sousa, Jorge Pedro (Org.) *Para uma História do Jornalismo em Portugal*, Lisboa: ICNOVA – Instituto de Comunicação da Nova, pp. 103-115; Magalhães, Paula Gomes (2021) «No Cinema». Em *Os Loucos Anos 20: Diário da Lisboa boémia*, Lisboa: Planeta, pp.137-138.

A capa apresenta uma multimodalidade de componentes visuais e verbais que a tornam um elemento imprescindível da revista⁴. Apesar do título atribuir a identidade da revista de forma clara e direta, para muitos a capa é fator identitário de igual importância⁵. A imagem da capa é o elemento visual que ocupa mais espaço da página e as editoras devem atentadamente escolher que imagem usar, ponderar que mensagens esta transmite e, sobretudo, avaliar se a imagem consegue resumir o tipo de revista, esclarecendo ao leitor a sua identidade.

Considerando a *ABC* uma revista que investiu no grafismo e impacto visual das suas capas, bem como a sua tendência a recorrer à imagem da “mulher moderna”, questiona-se no presente estudo se a *ABC* emprega a imagem da “mulher moderna” como reflexo da sua identidade. Podem as suas figuras femininas, aparentemente inspiradas no quotidiano, ser um tipo de modelo apenas presente na *ABC*?

Enquanto elemento central de uma capa de revista, a imagem é uma abordagem eficaz, pois por um lado, poupa tempo, já que uma imagem tem a capacidade de comunicar mais que uma mensagem, e, por outro lado, é um veículo lúdico, transformando-o em fácil e rápido consumo. Enquanto página frontal, a capa é o primeiro contacto que se tem com a publicação. Torna-se imperativo por parte da edição gráfica saber suscitar, de forma imediata, a atenção do público. O essencial que se retira da função da capa é a sua “sedução”, que deve despertar a curiosidade, convertendo a pessoa em consumidor efetivo da revista.

Segundo Marjorie Ferguson, as mensagens de uma imagem na capa de revista comunicam também o público a que se destina. Logo, questiona-se se a *ABC* poderia ser uma revista para uma particular mulher – a “cabelos à Joãozinho”. A fim de a revista atingir uma disseminação e popularidade, as capas devem criar um perfil que atraia o seu público-alvo. Devem trabalhar a sua fidelidade para, como Held Gudrun refere, os leitores reconheçam a marca do objeto através de um trabalho repetitivo dos elementos visuais que o representam⁶. No caso da *ABC*, tal pode ser observado na recorrente representação de “mulheres modernas”, através de ilustrações modernistas e fotografias de figuras de notoriedade social. Por outro lado, como Gudrun contrapõe, as capas também têm uma outra função simultânea, uma vez que devem apresentar uma diversidade visual que atraia novos consumidores, gerando proliferação ao negócio da revista⁷.

A qualidade gráfica e criativa das capas da *ABC* é notória por si e mesmo quando comparada com outras revistas ilustradas da época, como *A Ilustração Portuguesa* (1903-1924), *Domingo Ilustrado* (1925-1927), *Ilustração* (1926-1939), *Civilização* (1928-1937) ou *Magazine Bertrand* (1905-1933). Estas últimas três, a *Civilização*, a *Ilustração*, e em especial o *Magazine Bertrand*, apresentam a

⁴ Held, Gudrun (2005). “Magazine Covers – A Multimodal Pretext-Genre”. *Folia Linguistica*, 39(1-2), p. 174.

⁵ Ferguson, Marjorie (1981). “The Woman’s Magazine Cover Photograph”. *The Sociological Review*, 29(1), p. 221. O artigo de Ferguson dedica-se especificamente ao uso de fotografias de mulheres nas capas. Porém, os argumentos que a autora utiliza interpretam-se como aplicáveis a ilustrações.

⁶ Held, Gudrun (2005). “Magazine Covers...”, p. 174.

⁷ Held, Gudrun (2005). “Magazine Covers...”, p. 174.

colaboração artística de nomes comuns nos trabalhos ilustrativos da *ABC*, apresentando algumas semelhanças na qualidade estética e temáticas abordadas.

A *ABC*, destacada pelas suas capas, revela uma qualidade artística inédita para a época. Não há informação das exigências editoriais da *ABC*, nem dos objetivos estéticos que o seu diretor, Rocha Martins (1879-1952), esperava para o semanário. Todavia, podemos assumir, com base nas capas e no conteúdo dos artigos, a imagem que se queria veicular e o público a que se queria chegar.

A distinção das capas da *ABC* também se sobressai na evolução criativa ao longo dos anos. Considerando a figura da “mulher moderna”, a sua presença é predominante nos periódicos da época. No entanto, de um ponto de vista comparativo, a *ABC* alberga características de variedade e criatividade representativa que ainda hoje provocam contemplação.

Além do sucesso nacional, as capas da *ABC* fizeram parte de um fenómeno transnacional, destacado pelas linhas estéticas e representações temáticas. Durante o início do século XX, as continuadas colaborações de revistas com artistas ilustradores foi comum em vários países que aderiram à modernidade ocidental. Para além do protagonismo da “mulher moderna” nestas representações, os contextos narrativos destas imagens assemelham-se em vários casos. Através da influência quotidiana, a modernidade era transposta para a ilustração, e é notória a afinidade nível estilístico e temático. A *ABC* é o exemplo nacional de revistas ilustradas da época que mais se aproxima deste fenómeno, o que justifica comparativamente uma análise visual e cultural relevante.

A imagem da vida transgressora durante Loucos Anos Vinte difunde-se mais tarde em Portugal. Na imprensa, só se começam a divulgar os hábitos de vida nos clubes noturnos e a nova imagem da mulher a partir de finais da primeira metade da década, por volta de 1924. No entanto, a nível das capas, no ano de 1920 a *ABC* já publicava imagens de teor moderno, ao passo que muitas revistas estrangeiras na mesma linha haveriam de manifestar este tipo de imagens com maior predominância na segunda metade da década para a frente.

Em Portugal, partir de 1926, consequência do golpe de Estado, verifica-se que todo este imaginário mais transgressor e disruptivo sobre os tempos modernos irá progressivamente ser transformado e adaptado aos valores do novo regime político instaurado, que cria mecanismos como a censura prévia das publicações periódicas. Também nesse ano se começava a aludir ao retorno dos cabelos compridos, num declínio do visual progressista e andrógono da “mulher moderna”. Na segunda metade da década de 1920, começam a ecoar os retornos da convenção, colocando em causa o novo paradigma de mulher, e abrindo espaço ao retorno do modelo da mulher doméstica e convencional, figura proeminente na década de 1930. As alterações representativas do contexto feminino já se observavam nas capas da *ABC* em 1928, priorizando temas rurais e folclóricos, narrativas visuais opostas à modernidade, favorecendo a imagética idílica.

A recolha das capas a analisar acaba em 1927, porque esse ano revelou-se o mais representativo da “mulher moderna” nos Loucos Anos Vinte. Neste ano, foi proposta ao artista Jorge Barradas a ilustração de capas publicitárias ao Bristol Club – clube noturno emergente na popularidade lisboeta da época.

Barradas toma decisões representativas de particular interesse para a análise, expondo visualmente a descrição aferida à *garçonne* desta época. Quer isto dizer que o ano de 1927 é essencial na recolha e interpretação analítica.

Com menos peso, mas inclusive importante, verifica-se uma alteração de autores nas ilustrações das capas. Durante a primeira metade da década de 1920, a colaboração artística na revista era maioritariamente feita por Jorge Barradas (1894-1971), Emmerico H. Nunes (1888-1968), Stuart Carvalhais (1887-1961), algumas obras de Roberto Nobre (1903-1969), Else Althausse (1898-1936) e Bernardo Marques (1989-1962), entre outros menos colaborativos. A partir de 1928, surge uma nova geração de artistas, novos nomes, novas representações afastadas do enredo moderno presente desde 1920.

Para além de ilustrações, a *ABC* publicava também nas suas capas fotografias de destacadas figuras femininas da época, tanto do espetáculo, do desporto ou da política. Incluíram-se no *corpus* em estudo tanto as ilustrações como as fotografias, a fim de realizar um levantamento comparativo entre a representação das “mulheres modernas” fotografadas e ilustradas, segundo a síntese representativa pelas mãos dos artistas. Do rosto, ao vestuário, à pose do corpo, analisa-se as semelhanças e diferenças que se evidenciam nestas representações.

A análise parte de considerações fundamentadas pela literatura, tanto histórica como analítica. No entanto, de forma a sustentar argumentos e a solidificar conclusões, o método optado diverge da mera consulta e observação visual da capa.

Apesar de ser um dos periódicos mais conhecidos da década de 1920, a Hemeroteca Digital de Lisboa não tem o conteúdo da *ABC* digitalizado. A meio da investigação, constatou-se que catálogo online da Biblioteca de Arte da Fundação Calouste Gulbenkian apresenta digitalizado as capas e a primeira página de todas as edições da *ABC* até ao 11.º ano, n.º 543, 11/12/1930. No entanto, não existe digitalização da revista até 1940 (ano do seu término), nem está presente a digitalização do seu conteúdo para consulta online.

A fins de realizar esta investigação, a revista foi consultada presencialmente na Hemeroteca Municipal, confirmando-se que o estado de alguns volumes está em severo degradamento e fragilidade. Reforça-se o benefício de uma digitalização futura, evitando o constante contacto físico e decomposição das páginas, assim como, garantindo uma salvaguarda patrimonial deste fragmento histórico que relata os tempos nacionais numa década que se estava a diversificar culturalmente.

A primeira recolha comportou um total de 281 imagens. Este número incluía qualquer imagem que apresente a figura da mulher. Neste grupo observou-se tendências temáticas, chegando à conclusão de que a “cabelos à Joãozinho” é a figura de eleição nas fotografias e, especialmente, nas ilustrações. A tendência conduziu à restrição do tema com foco na “mulher moderna” nas capas da *ABC*, em vez de se abordar a representação da mulher de forma mais abrangente.

A limitação temática e figurativa requereu critérios de exclusão face à primeira recolha. Estes critérios foram delineados e fundamentados com base na revisão da literatura, que confrontou

caracterizações e padrões de representatividade do protótipo da “mulher moderna”. Saber identificar qual capa excluir, mostra domínio no arquétipo de estudo. Por outras palavras, para eliminar uma capa com uma mulher considerada “não moderna” é necessário saber que características se procura a fim de considerar a figura uma “mulher moderna”. Excluíram-se cerca de 40 capas, concluindo o *corpus* final com 241 capas.

As considerações do levantamento qualitativo abordam um conjunto de propriedades estilísticas e temáticas que partem, tanto de um critério factual (de acordo com a História), como de um critério pessoal (observações representativas unicamente na *ABC*), que caracterizam a representação da “mulher moderna”.

A segunda questão metódica é o levantamento quantitativo. A recolha do *corpus* apresenta um número extenso, pelo que é benéfico fazer considerações quantitativas para evidenciar padrões que qualitativamente não se sobressaem. Este levantamento permite uma individualização da *ABC* face a outras representações, atribuí-lhe um carácter contributivo à imagem da “mulher moderna” dos Anos Vinte, que poderá apresentar qualidades apenas evidentes na *ABC*.

A dissertação estrutura-se em duas partes: uma primeira parte dedicada ao contexto histórico e cultural, de forma situar no espaço e no tempo a criação e publicação destas imagens; e uma segunda parte dedicada à análise do *corpus* reunido.

No primeiro capítulo, procura-se abordar este período lembrado como os “Loucos Anos Vinte”, marcado pela transgressão, novos lazeres urbanos, mas também caracterizado por uma fragilidade económica e política de um ocidente pós Grande Guerra, que contrastava com o carácter boémio da sociedade.

De seguida, o segundo capítulo considera o lugar da mulher durante a I República portuguesa (1910-1926), percorrendo algumas das forças que o procuram delimitar. Por um lado, o paradigma da feminilidade encontrava-se sujeito às convenções tradicionais e conservadoras, que confinavam a mulher ao seu papel doméstico. Por outro, é notória na mulher desta época uma transformação da aparência física exterior, nos comportamentos ou na prática das atividades de lazer, mas também na sua participação política, no seu papel social e no lugar que ocupa no panorama laboral do país. Abordado este contexto, debruça-se sobre o paradigma de “mulher moderna”, a sua conceção, à sua receção, considerando o impacto que o moderno arquétipo de mulher emancipada nas suas atitudes, modo de vida e visual teve na época.

Ainda na Parte I, o quarto capítulo aborda o panorama artístico do início do século XX. Fazendo parte da cultura da época, também a arte sofre transformações, ganhando uma liberdade figurativa. Considera-se a primeira geração de modernismo em Portugal, do qual fizeram parte artistas que também colaboraram com a *ABC*. Depois dedica-se atenção às influências de formas de arte vindas de fora, nomeadamente a Arte Déco desenvolvida em França, e os *Ballets Russes* como manifestação de um novo modernismo no ocidente. As capas da *ABC* evidenciam influências representativas destas correntes

artísticas que propiciaram o desenvolvimento do modernismo. Aborda-se ainda o desenvolvimento dos hábitos de leitura da população portuguesa, nomeadamente da diversificação da imprensa feminina.

Concluída a contextualização dos Anos Vinte, da “mulher moderna”, das correntes artísticas influentes e da imprensa para o público feminino, a segunda parte da dissertação concentra-se na análise das imagens recolhidas das capas da *ABC*.

O quinto capítulo procura apresentar a revista *ABC*, percorrendo diversos aspetos relevantes para a sua caracterização na década de 1920, dedicando particular atenção à estratégia de inclusão do público promovida pela revista *ABC*, o que se traduz e reflete na publicação de colunas semanais, conselhos de moda e beleza, ou publicidade explicitamente dirigida às suas leitoras, bem como a inclusão de mulheres na equipa de redação da *ABC*. Procede-se de seguida a uma descrição do processo de construção do *corpus* das imagens em análise, abordando os critérios que presidiram à exclusão de algumas capas. Este capítulo termina com uma breve apresentação dos artistas que colaboraram nas capas ilustradas, com especial atenção aos três mais destacados, Jorge Barradas, Stuart Carvalhais e Emmerico Nunes.

O sexto capítulo dedica-se à análise e interpretação de aspetos estilísticos e temáticos recorrentes na representação da “mulher moderna” nas capas da *ABC*, estabelecendo uma comparação com as tendências ilustrativas na arte e imprensa internacionais, revelando como estes tais modelos e linguagens circulam transnacionalmente, espalhando códigos, linguagens e motivos que se entrecruzam e influenciam mutuamente.

Considerando apenas as capas do *corpus* final, o sétimo capítulo encontra-se dividido em três subcapítulos com o objetivo de analisar as imagens com vista a sistematizar algumas características desta “mulher moderna”: o primeiro aborda as diferenças, ou semelhanças, de representação das mulheres entre as capas ilustradas e as capas fotografadas; o segundo dedica-se à análise do visual característico destas mulheres nas capas da *ABC*; e por último, o terceiro subcapítulo dá atenção aos cenários e às atividades recorrentemente associados à “mulher moderna”.

Espera-se que neste desdobramento das imagens da *ABC*, se possa acrescentar à perceção da imagem da mulher dos Anos Vinte. Este é mais um estudo que confronta o poder da cultura visual em moldar a leitura que fazemos do mundo. A diligência na análise desta investigação deve-se a um gosto pessoal da figura da mulher nos Anos Vinte, a sua postura não conformista à convenção deu-lhe uma reputação polarizadora, e, no entanto, os estudos atualmente a si dedicados reivindicam a história deste modelo de mulher. Assim, na proposta de desafiar as produções visuais da época, acredita-se que esta dissertação também cumpre o seu contributo para o leque de estudos que diversificam a leitura desta mulher, que sem dúvida era moderna.

2. Magazine Teórico: Estudos e Abordagens à Investigação

O objeto de estudo situa-se numa abordagem interdisciplinar, amparada por um lado na representação da “mulher moderna” e, por outro, nas imagens das capas de revistas. O seguinte capítulo faz uma abordagem de estudos que orientaram a investigação de um ponto de vista teórico.

Estudos sobre o novo paradigma de mulher que surge na década de 1920, são comuns quando se aborda historicamente os “Loucos Anos Vinte”, isto porque a descrição do seu modelo alberga um conjunto de características que ficaram associadas à modernidade dos tempos. Deste modo, é comum nas obras que revêm esta época, dedicarem um capítulo à “mulher moderna”, e nos casos em que não dedicam à mulher, dedicam aos novos hábitos dos jovens, uma vez que a juventude protagonizou as transformações sociais e culturais do que ficou associado ao período entre guerras do século XX.

Atualmente já existem inúmeros estudos estrangeiros, que abordam a *garçonne* ou a *flapper*, descrevendo este arquétipo segundo a sua aparência e estilo de vida, ou por vezes recontam a biografia de mulheres que inspiraram este modelo. Para muitos, o universo literário de F. Scott Fitzgerald é a primeira fonte de contacto com este modelo de mulher. Através das observações empíricas da sociedade americana dos Anos Vinte, Fitzgerald construiu uma descrição que ainda hoje influencia a representação da juventude da década⁸. Um exemplo notório da transformação do visual feminino, é descrito no seu conto *Bernice Bobs Her Hair* (1920), no qual Bernice segue o conselho da sua prima Marjorie de cortar o cabelo pelas orelhas para se tornar uma jovem popular, este ato ilustra as tendências modernas da transformação visual das mulheres⁹.

A juventude deste modelo de mulher moderna, segundo a obra de Linda Simon *Lost Girls: The Invention of the Flapper* (2017) faz uma forte associação à juventude como característica fundamental para descrever este fenómeno. O seu argumento revê as ansiedades culturais que a emancipação sexual das jovens mulheres trouxe àqueles que defendiam a sua posição submissa com fundamentos de “teoria biológica”. Na obra de Simon, o termo *flapper* concluiu-se intrínseco à adolescência, que na época conotou negativamente a “decadência da juventude”¹⁰. Por outro lado, a sua juventude pronunciava-se devido a sua aparência andrógena. Como a investigação de Jenny Ingemarsdotter, *The Masculine Modern Women* (2019) defende, a sua aparência à *garçonne* não a masculinizava, em termos de virilidade, mas tornavam-na *arrapazada*. Por outras palavras, a autora associa este modelo de mulher a uma nova atitude, manifestada pela moda, que também se transformaria a par da “mulher moderna”, e da integração de novos hábitos de vida, como o desporto e o ato de fumar que desafiavam a expectativa da feminidade inerente à mulher¹¹. A diversidade de estudos dedicados a esta *new women* da década de 1920 é vasta, e o seu impacto social variou dependendo da região, porém, a sua descrição fica inserida no mesmo fenómeno de modernidade.

Em Portugal, não se revela um número exaustivo de estudos dedicados à *garçonne*, no entanto sabemos que os Loucos Anos Vinte de Lisboa existiram e que neles se registou a passagem da mulher moderna. A obra que melhor recolhe a historicidade da *garçonne* portuguesa é a “*Cabelos à Joãozinho*”:

⁸ Berman, Ronald, (2014). «Fitzgerald and the Idea of Society», *The F. Scott Fitzgerald Review*, 12(1), pp. 32-43.

⁹ Ver Simon, Linda (2017) *Lost Girls: The Invention of the Flapper*, Londres: Reaktion Books, pp. 200-201.

¹⁰ Ver Simon, Linda (2017) *Lost Girls...*

¹¹ Ver Ingemarsdotter, Jenny (2019) *The Masculine Modern Woman: Pushing Boundaries in the Swedish Popular Media of the 1920's*, Nova Iorque: Routledge, Taylor & Francis Group.

a *garçonne em Portugal nos Anos Vinte* (2007) de Gabriela Mota Marques, compilando uma descrição da sua aparência e hábitos de vida no panorama português com recurso à literatura, imprensa e outros registos da época¹². A investigação histórica de Irene Vaquinhas, também tem sido exemplar no recontar da mudança de paradigma das mulheres em Portugal, nomeadamente o seu recente livro *Coquettes, Doutoradas e Outras: História das Mulheres em Portugal Séculos XIX e XX* (2021), reúne vários artigos que oferecem um entendimento de como viu a surgir a nova imagem da mulher moderna em Portugal¹³.

Todavia, estes estudos são históricos, e a nível de uma interpretação analítica das representações visuais produzidas nesta época, os estudos nacionais são insuficientes. O recurso a revistas ilustradas da época, como a *Ilustração Portuguesa* ou a *Civilização*, é comum em vários estudos nacionais pelo seu conteúdo moderno, em particular a *ABC* é várias vezes distinta pelas suas capas ilustradas. O tema da imagem da mulher na capa de revista é contemporâneo, e atualmente é notória a produção de estudos interdisciplinares que reúnem a crítica de género e a análise publicitária. Porém, há poucas apostas nacionais no aprofundamento das imagens, também elas de certa forma publicitárias, produzidas e divulgadas no início do século XX, especificamente nas revistas modernas. Em particular para a *ABC*, destaca-se a dissertação de Mestrado de Maria Theresa Figueiredo Beco de Lobo intitulada *Para o estudo da ilustração e do grafismo em Portugal: Publicidade, moda e mobiliário (1920-1940)*, de 1998, cujo ponto nove “Capas de Revistas” desenvolve o fenómeno da ilustração nos periódicos modernos dos Anos Vinte e Trinta; e o catálogo publicado da exposição “O Grafismo e a Ilustração nos Anos 20” de 1986, realizada pelo Centro de Arte Moderna da Fundação Calouste Gulbenkian, que também aborda a novidade das capas ilustradas. Observe-se que, ambas as referências já datam mais de duas décadas da sua publicação¹⁴.

A nível estrangeiro os estudos já apresentam mais resultados. Sublinha-se o estudo de Carolyn L. Kitch *The Girl in the Magazine Cover: The Origins of Visual Stereotypes in American Mass Media* (2001), que realiza um levantamento histórico-analítico das imagens difundidas nas revistas. A obra aborda o fim do século XIX, com representações da mulher vitoriana enquanto o primeiro modelo de uma ténue emancipação dos papéis convencionais, até ao fim da década de 1920, com as representações da mulher moderna e a inconstância nas suas conotações ao logo dos anos. O particular deste estudo é o recurso da autora a revistas, predominantemente norte-americanas, da época, assim como dos artistas que colaboraram com algumas destas revistas, como no caso de John Held Jr. (1889-1958), conhecido

¹² Ver Marques, Gabriela Mota, (2007). “Cabelos à Joãozinho”: *A Garçonne em Portugal nos Anos Vinte*, Lisboa: Livros Horizonte.

¹³ Ver Vaquinhas, Irene, (2021). *Coquettes, Doutoradas e Outras: História das mulheres em Portugal séculos XIX e XX*. Lisboa: Edições Colibri.

¹⁴ Ver Lobo, Maria Theresa Figueiredo Beco de, (1998). *Para o estudo da ilustração e do grafismo em Portugal: Publicidade, moda e mobiliário (1920-1940)*. Vol. 1. Dissertação de Mestrado em História da Arte Contemporânea, apresentada à Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa; *O Grafismo e Ilustração nos Anos 20*. janeiro de 1985, Catálogo Ed. Fundação Calouste Gulbenkian, Centro de Arte Moderna, Lisboa.

ilustrador que popularizou a imagem da *flapper* na revista *Life Magazine*¹⁵. Com uma data mais recente, a obra de Alice Wood *Modernism and Modernity in British Women's Magazines* (2020) realiza uma recolha de várias revistas britânicas durante o período entre guerras e questiona de que modo artigos sobre o progresso societal incentivavam a caracterização de uma nova mulher que, participava na cultura do novo consumo, tanto para adquirir novos eletrodomésticos que facilitavam o desempenho do papel doméstico, ou inovar o guarda-roupa com as novas coleções de moda, reforçando que ela também era uma mulher que conviva no espaço exterior¹⁶. Apesar da obra de Wood, estar mais centrada nas revistas em si, ao passo que a de Kitch foca mais nas capas, não deixam de chegar à conclusão de que os *magazines* do início do século XX foram meios de comunicação que influenciaram o desenvolvimento da representação do arquétipo da “mulher moderna”.

Desde o fim do século XIX, verificaram-se grandes desenvolvimentos na imprensa. A diversificação de conteúdo e tipologias de impressão gráfica permitiram conceber novos tipos de produtos aptos ao consumo de massa. As revistas ilustradas foram exemplo disso, como Richard Ohmann afirma na sua obra *Selling Culture: Magazine, Markets, and Class at the Turn of the Century* (1996), o nascer da cultura de massa ofereceu um novo sentido à palavra audiência. Através da difusão de conteúdos, pessoas que não se conheciam entre si podiam partilhar interesses e consumos num tópico vendido para um dito público-alvo, gerando um sentido comunitário entre essas pessoas¹⁷.

Este sentido de comunidade era, maioritariamente, obtido via publicidade. Ellen Gruber Garvey relembra que a publicidade, entre 1890 e 1910, era dominada por uma persuasão racional, em que apenas se informava os leitores da disponibilidade de novos produtos à venda. Só mais tarde, entre final da década de 1910 e os anos 1920, com o avanço gráfico, a publicidade passa a expor produtos que apresentam associações qualitativas de acordo com os desejos dos consumidores, como a beleza ou a felicidade.

São estes adjetivos e o desejo por este estilo de vida que se tornam motor do consumo e não o produto em si, que apenas é um veículo para chegar ao destino desejado¹⁸. Segundo o crítico de arte John Berger, o discurso publicitário ilude a arbitrariedade do consumidor em aperfeiçoar o seu futuro, chegando ao estatuto de *glamour* invejado por outros¹⁹.

Este desejo assemelha-se à partilha comunitária mencionada por Ohmann. A procura de conquistar o desejado, é motivo suficiente para não só consumir, mas partilhar esta atitude com outros que se reconheçam na mesma posição. Paradoxalmente, as afirmações de Ohmann e Berger assemelham-se

¹⁵ Ver Kitch, Carolyn L. (2001). *The Girl on the Magazine Cover: The Origins of Visual Stereotypes in American Mass Media*, s.l.: The University of North Carolina Press.

¹⁶ Ver Wood, Alice (2020). *Modernism and Modernity in British Women's Magazines*. Nova Iorque e Londres: Routledge, Taylor & Francis.

¹⁷ Ohmann, Richard (1996), *Selling Culture: Magazines, Markets, and Class at the Turn of the Century*, s.l.: Verso, p. 18.

¹⁸ Garvey, Ellen Gruber (1996), *The Adman in the Parlor: Magazines and the Gendering of Consumer Culture, 1880s to 1910s*. Nova Iorque: Oxford University Press, p. 15.

¹⁹ Berger, John (2018), *Modos de Ver*. Lisboa: Antígona, pp. 154-157.

logicamente, mas também se contradizem. A partilha de semelhantes interesses resulta num aumento de consumo, mas o consumo na finalidade de atingir o estatuto de *glamour*, distingue e isola as pessoas, tornando-as o novo desejo a ser conquistado.

A “mulher moderna” dos Anos Vinte é um exemplo prático deste caso. O modelo feminino da mulher moderna e urbana é o motivo publicitário mais difundido da época. Diversifica-se a influência de seguir as narrativas publicitárias que definem a *garçonne* como o modelo de feminilidade moderna. Por outras palavras, a “cabelos à Joãozinho” ascende ao estatuto de expoente máximo de *glamour* nos Anos Vinte. Ao influenciar outras mulheres a aderirem a este modelo, forma-se um grupo de mulheres que partilham aspirações e gostos pessoais, procurando melhor encaixar no padrão veiculado pelas representações da *garçonne*. Muitos anúncios e conselhos publicitários declaram o consumo do seu produto como fator que distinguirá as consumidoras das outras mulheres, atingindo assim finalmente o estatuto desejado²⁰.

Em termos de imagem publicitária, as capas de revistas podem ser encaradas como publicidade indireta. O que dizer das capas que difundem e representam um particular padrão de mulher desejável? A publicação semanal deste padrão dissemina mensagens conotadas a estas representações? É possível que, através das capas, a *ABC* procura-se difundir o modelo da *garçonne*, também associado a determinados padrões de consumo, entre mulheres portuguesas?

O presente estudo posiciona-se enquanto contributo para a historiografia das representações da mulher, não tanto para o estudo dos movimentos feministas. Naturalmente, ambos os campos de estudo se sobrepõem, uma vez que as imagens são produtos de um determinado contexto histórico. A análise das representações da mulher ao longo da história é um campo influenciado pelo estudo da evolução das vagas feministas, que desenvolveram um olhar crítico e minucioso sobre estas imagens. A presente redação pouco espaço deixa para abordar o Sufrágio da Primeira Vaga Feminista (internacional e nacional) e, apesar do modelo de “mulher moderna” desafiar os padrões convencionais da feminilidade, não se trata de uma sufragista, apenas se configurando enquanto feminista quando a interpretamos com um olhar contemporâneo²¹.

²⁰ Este tipo ato é o que podemos ver como “ativar a narrativa”, o consumo de um produto é o que permitirá a pessoa tornar-se a figura da publicidade. Ver Williamson, Judith (1983) *Decoding Advertisements: Ideology and Meaning in Advertising (Ideas in Progress)*. Londres: Marion Boyars, p. 177.

²¹ O Sufrágio entra em colisão com os hábitos de vida da *garçonne*. É importante relembrar que, de um ponto de vista histórico, estas mulheres de cabelo curto e joelhos expostos, que fumavam e frequentavam os clubes da moda, não surgem como modernas por aderirem aos novos hábitos e estilos de vida. Eram fortemente criticadas pelas sufragistas que, apesar de também se afirmarem como modernas por desafiarem os paradigmas do passado lutando pela educação da mulher e direito ao voto, eram mulheres conservadoras e desaprovavam as mulheres do tipo *garçonne*. Hoje, ambas podem ser abordadas enquanto feministas. Ver Marques, Gabriela Mota (2007) «Cabelos à Joãozinho e feministas: duas formas de viver a modernidade» Em “*Cabelos à Joãozinho*”: *A Garçonne em Portugal nos Anos Vinte*, Lisboa: Livros Horizonte, pp. 125-129; Simon, Linda (2017) «Votes for Flappers» Em *Lost Girls: The Invention of the Flapper*, Londres: Reaktion Books, pp. 159-193; Freedman, Estelle B. (1974) «The New Woman: Changing Views of Women in the 1920s», *The Journal of American History*, 61(2), pp. 372-393.

Quando se assume uma investigação que cruza análise de representações visuais, acrescenta-se uma responsabilidade narrativa à sua interpretação. Segundo a historiadora Estelle B. Freedman, o papel da mulher descrito nos Anos Vinte, limita-a ao “mito da igualdade”, à emancipação sexual e à apatia política, por outras palavras, a História resume a mulher da década segundo a sua sexualidade, conotando a sua descrição e representação segundo este papel estereotipada²². O conceito de estereótipo, parte de uma construção social, cujo referente é, em muitos casos, o mundo real. O estereótipo só assume este estatuto mediante um consenso societal dessa construção²³. Devido à natureza pejorativa da caracterização estereotipada, questiona-se que tipo de imagem associada à “cabelos à Joãozinho” é que as representações da *ABC* perpetuam nas suas capas?

As capas da *ABC* são fontes históricas, de acordo com Carolyn Kitch, estes objetos são como janelas para a condição cultural de um certo momento na história²⁴. As capas da *ABC* apresentam um elevado número de “mulheres modernas”, muitas delas com um carácter carismático. Este é um artefacto histórico produzido em Portugal, que pode ser tomado como fonte para a representação que circulavam no país.

Segundo a socióloga Shulamit Reinharz, este tipo de objetos histórico-culturais foram produzidos por pessoas, para pessoas. Com base no género, a sua produção pode ser realizada: ora por mulheres ou por homens; sobre mulheres ou sobre homens; para mulheres ou para homens²⁵. No caso em estudo, as capas da *ABC* são produzidos por homens, sobre mulheres, para homens e mulheres.

A produção de texto ou imagem, corre quase sempre o risco de criar representações. De acordo com o sociólogo Stuart Hall, a representação é uma parte essencial da produção e transferência de significado dentro de uma cultura²⁶. A linguagem presente numa representação pode surgir como refletiva, no sentido em que reflete o significado do que já existe; intencional, expressando somente o que o autor do conteúdo intende transparecer; ou *construcionista*, em que o significado é construído a partir dessa linguagem²⁷. Transpondo esta sistematização para o objeto de estudo, é dúbio em qual destas categorias se poderiam encaixar as imagens das “mulheres modernas” nas capas da *ABC*. Ao longo da investigação foi possível identificar casos de maior ou menor intensidade das três.

Considerar o conceito de representação aplicado ao consumo, coloca uma responsabilidade de influência social acrescida por parte de uma revista. A escolha de representar um padrão de mulher enquanto rosto de uma revista, é um modo de persuasão de como ser “uma mulher ideal”²⁸. Por outras

²² Freedman, Estelle B. (1974) «The New Woman...», p. 393

²³ Lacey, Nick, (1998). «Representation». Em *Image and Representation: Key Concepts in Media Studies*, Nova Iorque: St. Martin's Press, pp. 133-138.

²⁴ Kitch, Carolyn (2015). “Theory and Methods of Analysis: Models for Understanding Magazines”. Em, Abrahamson, David e Prior-Miller, Marcia R. (Ed.) *The Routledge Handbook of Magazine Research: The Future of Magazine Form*, Nova Iorque: Taylor & Francis Group, p. 14.

²⁵ Reinharz, Shulamit (1992) *Feminist Methods in Social Research*, Nova Iorque: Oxford University Press, p. 147.

²⁶ Hall, Stuart, (1997). «Representation, Meaning and Language». Em Hall, Stuart (Ed.) *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. S.l. The Open University e SAGE Publications, p.15.

²⁷ Hall, Stuart, (1997). «Representation, Meaning...», p. 15.

²⁸ Ferguson, Marjorie (1981). “The Woman's Magazine...”, p. 221.

palavras, deve ter-se em conta que as capas foram produzidas e aprovadas enquanto objetos de venda por homens, e que a percepção que o consumidor tem de uma mulher é influenciado segundo a sua representação. Desde ponto de vista, estas representações caem na categoria intencional.

Por outro lado, de um ponto de vista histórico, é possível identificar e comparar, normas sociais que caracterizam a época e questionar os métodos expostos para moldar as aspirações sociais segundo padrões de género, consagrados num ideal geracional²⁹.

Devido ao seu carácter multimodal, que se manifesta por texto escrito e texto imagem, a análise e interpretação de capas de revistas, cruza diferentes disciplinas, sendo que estudos do campo mediático e cultural já abordaram a sua análise visual, iconográfica e semiótica³⁰. Sendo o interesse do estudo as capas, a abordagem parte da capa enquanto um objeto de estudo visual. Assim sendo, mediante a importância de considerar os estudos de revistas e jornais, a comunicação visual e análise de imagem oferecem ferramentas mais úteis para a investigação.

Segundo Ted Spiker, as investigações dedicadas às capas de revistas podem focar-se numa só revista ou artista; estudar múltiplas capas quase com o objetivo de catalogar; ou estudar a relação das capas enquanto um objeto de discussão na imprensa popular³¹. O autor explica que limitar o estudo a um particular objeto, permite focar a evolução e a identidade da revista em si, exibindo as capas não só como instrumentos de venda, mas também como objetos de arte³². Este pormenor é pertinente na escolha da *ABC*, uma vez que no início as capas eram vendidas em separado do periódico e publicitadas como objetos de coleção³³.

Segundo os conselhos metodológicos de interpretação visual propostos por Gillian Rose, a modalidade composicional, é uma das formas mais indicadas para investigar questões de representação, uma vez que examina atentamente as estratégias formais da imagem, como a cor e a composição espacial³⁴. Porém, será pertinente ramificar as categorias de análise que surgem mediante as estratégias formais, redirecionando-as para a “mulher moderna” presente nas ilustrações e fotografias. O objetivo é abordar todos aspetos que se relacionam com a mulher na imagem. Por exemplo, ao invés de questionar a organização espacial da imagem em termos da perspetiva e dos ângulos, opta-se por explorar a composição espacial partindo da figura da mulher na imagem. Por outras palavras, analisa-se como é que a “mulher moderna” interage com o espaço em que ela é fotografada ou ilustrada?

²⁹ Reinharz, Shulamit (1992) *Feminist Methods...*, p. 151 e p. 155.

³⁰ Held, Gudrun (2005). “Magazine Covers – A Multimodal Pretext-Genre”. *Folia Linguistica*, 39(1-2), p. 174.

³¹ Spiker, Ted (2015), “The Magazine Cover: The Craft of Identity and Impact” Em, *The Routledge Handbook of Magazine Research...* p. 379.

³² Spiker, Ted (2015), “The Magazine Cover: The Craft of Identity and Impact” Em, *The Routledge Handbook of Magazine Research...* p. 379.

³³ De acordo com os anúncios na *ABC*: «As lindas capas para encadernar o “ABC” já estão prontas» 2.º ano, n.º 57, 11/08/1921, p.4; «Capas para Coleções do “ABC”», 5.º ano, n.º 258, 25/06/1925, p.22; «Capas para o “ABC”», 6.º ano, n.º 282, 10/12/1925, s.p.

³⁴ Rose, Gillian (2016) “Towards a Critical Visual Methodology”, e “«The Good Eye» Looking at Pictures Using Compositional Interpretation”, Em *Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual Materials*, 4.º Ed., Londres: SAGE Publications, pp. 25; 33; 61.

Esta questão também se insere na análise de conteúdo, modalidade fundamental para a abordagem (quantitativa e qualitativa) que parte do conteúdo da imagem, via uma grande recolha de dados³⁵. Se a análise de conteúdo nos permite abordar quantitativamente, o método semiótico é o mais próximo de nos ajudar a fazer um levantamento qualitativo. A semiótica apresenta uma teoria fundamental na interpretação de imagens. Uma eficaz conclusão das tendências representativas passa pelo domínio da literacia visual, facilitando a deteção de particularidades nas imagens que têm o potencial de ser signos representativos de uma narrativa³⁶. A leitura de um signo, e por consequente o seu significado, está influenciada pelo contexto cultural. Quando falamos de um período histórico, é natural considerar o contexto cultural da época, no entanto, deve se ter em conta que, a interpretação é realizada num contexto diferente³⁷. Ao passo que os signos que identificamos pertencem a um contexto passado, a sua leitura é feita num contexto presente, que é necessário ter em conta.

Procurou-se neste ponto abordar algumas questões essenciais no estudo e na análise de imagens historicamente contextualizadas. Acompanhar o caminho do desdobramento interpretativo da representação da “mulher moderna” segundo a *ABC* implica uma contextualização histórica que se explorará de seguida. As capas da *ABC* foram criadas a partir de um modo de ver o mundo, numa cultura distinta da atual e apesar do olhar contemporâneo trazer considerações de interesse retrospectivo, não devem ser ignorados os significados que estes signos oferecem do ponto de vista da sua época. Este balanço entre o passado e presente é fundamental para realizar uma leitura compreensiva e, o mais completa possível das suas representações.

³⁵ Para os sete anos (1920-1927), recolheram-se inicialmente 281 imagens. Sobre este método ver Rose, Gillian (2016) “Content Analysis and Cultural Analytics: Finding Patterns in What You See”. Em *Visual Methodologies...*, p. 86.

³⁶ Não cabe na presente investigação debruçar aprofundadamente sobre a teoria semiótica, pelo que, ela será intuitivamente inserida. Para um aprofundamento da leitura semiótica na cultura visual ver Williamson, Judith (1983) *Decoding Advertisements...*, pp. 17-19; Howells, Richard (2003) «Semiotics» Em *Visual Culture*, s.l: Polity Press, pp. 94-114; Martine, Joly (2007) «A Imagem e a Teoria Semiótica» Em *Introdução à Análise da Imagem*, Lisboa: Edições 70, pp. 30-44.

³⁷ Martine, Joly (2007) *Introdução à Análise...*, pp. 35-36.

PARTE I – CONTEXTO SOCIAL, CULTURAL E ARTÍSTICO

3. Transgressões de uma Época: Do Estilo de Vida ao Papel da Mulher

A revista *ABC* nasce no ano de 1920 e foi durante esta década que ganhou estatuto na imprensa nacional. Do mesmo modo, o arquétipo da “cabelos à Joãozinho” é divulgado nesta época, marcando estes anos. O enquadramento histórico e cultural impõe-se como fundamental para compreender o contexto das capas da *ABC*.

3.1. Os Anos Vinte

3.1.1. Tempos modernos: A valorização do lazer

A década de 1920, habitualmente designada como a década dos “Loucos Anos Vinte”, foi uma época de ruturas e transgressões. Saídos de um conflito mundial que abalou a estabilidade ocidental, o novo tempo de paz exortou na sociedade uma vontade de incorporar a modernidade e diversificar os hábitos de vida. Deste modo, a década de 1920, ficou documentada como um momento de libertação depois dos constrangimentos desencadeados pela I Guerra Mundial.

A noite passou a ser a hora de ponta dos tempos de recreação moderna, inspirada na boémia da *Belle Époque* parisiense, difusora do bom-grado de viver os dias no último quartel do século XIX. Paris continuava a ditar o progresso, as flutuações do termo “moderno”, os movimentos artísticos, as descobertas científicas, o novo-guarda-roupa das classes abastadas e o gosto pelo entretenimento.

Porém, com o término do primeiro conflito mundial, a velha Europa cedeu o seu lugar de potência ocidental aos Estados Unidos da América, que passam a afirmar-se enquanto o novo centro económico, e Paris passa a partilhar o palco com outros focos de influência – Chicago, Nova Iorque, Moscovo, Viena, Munique e Berlim. Uma multiplicidade de territórios tidos como modernos foram emergindo durante esta década, emancipando-se criativamente e influenciando os tempos. Devido a esta difusão, os Anos Vinte são também anos de grandes intersecções culturais.

A introdução da eletricidade como norma nas cidades permitiu a passagem de mais horas despertas depois da chegada da noite, esta era uma época em que «já não se compreend[ia] uma cidade semi-iluminada e menos de todo às escuras contando com a bondade do luar para poder viver», como afirmava a *ABC* em 1926³⁸. A eletricidade impulsionou vastos desenvolvimentos que geraram novos hábitos de vida, como, por exemplo, os eletrodomésticos, facilitadores das tarefas do lar, que ofereciam às mulheres mais tempo livre, descomprometendo-as das suas tarefas de dona de casa³⁹.

³⁸ «Os Efeitos de Luz nas Grandes Cidades», 6.º ano, n.º 293, 25/02/1926, pp. 12-13.

³⁹ Vaquinhas, Irene e Guimarães, Maria Alice Pinto (2011). “Economia doméstica e governo do lar. Os saberes domésticos e das funções da dona de casa”. Em Mattoso, José. (dir.); Vaquinhas, Irene. (coord.) *História da Vida Privada em Portugal – A Época Contemporânea* (Vol 3). S.l.: Círculo de Leitores e Temas e Debates, p. 213.

A eletricidade também evidenciou a sua influência nos novos meios de comunicação, como o cinema, que, apesar de ser uma invenção do fim do século XIX, ganhou um grande auge de produção, convertendo-se em forma de entretenimento na década de 1920. A publicidade, e em especial os reclames luminosos nas ruas das cidades, incentivavam a crescente cultura de massas.

Nos “Loucos Anos Vinte” surgiam novos espaços de lazer noturno, como os *music-halls*, salões, ou os conhecidos *cabarets*, popularizados na segunda metade de Oitocentos a partir do bairro parisiense de Montmartre, tornam-se Palcos de entretenimento satírico e espetáculos eróticos⁴⁰. O cabaré seria um dos espaços que melhor teria acompanhado os ritmos da década, aquele que melhor soube absorver a modernidade.

O carácter sonoro dos Anos Vinte ficou marcado pela *jazz-band*. O som do jazz era recebido como novidade face à música do passado: «a música de ontem sorria, suspirava. O jazz pula, salta, ri, faz “blague”. Em duas palavras: a diferença que existe entre emoção e sensação!»⁴¹. Este novo ritmo liberta o corpo, permitindo movimentos mais expressivos, revigorantes e menos contidos.

A geração moderna optava por se divertir pela noite fora. Desconfinadas do espaço doméstico, mulheres com cabelos curtos, saias ondulantes e tacões confortáveis para dançar, invadem os clubes noturnos. Nos Anos Vinte, a figura da mulher surge como reveladora da transgressão cultural da época. Caracterizada como irreverente, aventureira e, sobretudo, “masculina”, tornou-se motivo de objeções. Tal não se devia somente à sua aparência andrógena, mas também pelas suas atitudes e comportamentos em público, como fumar, conduzir, beber ou frequentar espaços noturnos outrora marcados somente pelo convívio masculino. Estas conotações negativas refletem-se nos julgamentos feitos a propósito do arquétipo da “mulher moderna” dos Anos Vinte, como discutiremos mais à frente.

Gradualmente, os clubes surgem conotados como campos férteis para uma desmoralização da sociedade, patente nos consumos que promoviam, das distintas bebidas do serviço de bar a outras substâncias, como o crescente consumo da cocaína e da morfina⁴². Também algumas atividades promovidas pelos clubes eram vistas como corruptoras, como o jogo ilegal, que motivava extensas investidas por parte das autoridades nacionais, levando ao encerramento de muitos destes clubes⁴³. Por outro lado, a desmoralização também surgia associada às danças modernas que caracterizaram a época, como o *fox-trot*, o *shimmy*, o *charleston*, ou mesmo ainda o tango, que mantinha a sua popularidade e reputação transgressora desde a década anterior. Muitos olhavam com desagrado para estas danças, fosse por serem demasiado “extravagantes”, fosse por serem demasiado sensuais, como o *waltz*, e mais tarde

⁴⁰ Ver Lareau, Alan. (1991). «The German cabaret movement during the Weimar Republic. *Theatre Journal*, 43(4), p. 474-476.

⁴¹ Miriam, «Na Idade do Jazz», *ABC*, 6.º ano, n.º 304, 13/05/1926, p. 2.

⁴² Vaz, Cecília Santos, (2008). *Clubes Noturnos Modernos em Lisboa: Sociabilidade, Diversão e Transgressão (1917-1927)*. Dissertação de Mestrado em História Moderna e Contemporânea, Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa, p. 54.

⁴³ Para ler mais sobre o jogo ilegal em Portugal durante esta época, ver Vaquinhas, Irene (2006). *Nome de Código “33856”: Os “jogos de fortuna ou azar” em Portugal entre a repressão e a tolerância (de fins do século XIX a 1927)*. Lisboa: Livros Horizonte.

o *maxixe* e o tango, que seriam alvos de críticas de um público mais conservador, que não achava por bem que os mais jovens, especialmente mulheres, participassem nestas danças⁴⁴.

A modernidade dominou também outros espaços. A imprensa vive um brotar massificador nesta altura, jornais e revistas cada vez mais priorizaram publicações sobre, e para, mulheres. Popularizam-se estrelas dos palcos de teatros e ecrãs de cinema, desportistas, figuras polémicas, ilustrações e fotografias, que refletiam as atitudes modernas do sexo feminino.

As salas de cinema foram eleitas como templos do consumo cultural, não só porque havia a oportunidade de assistir a uma produção cinematográfica, mas porque «a distinção social se fazia também pela frequência dos espaços mais dignos e seletos, situados na zona nobre da cidade»⁴⁵. No entanto, apesar da crescente popularização da nova arte cinematográfica, o teatro de revista continuou a dominar a atenção do público em países como Portugal, Brasil e França.

Foi uma época de intersecção cultural com as influências recebidas indireta e diretamente, nas visitas aos palcos lisboetas de outras companhias, por exemplo de teatro de revista, como a companhia *Velasco* vinda de Espanha, ou a companhia *Bataclan* de França. Mais a norte, de Inglaterra, as *Tiller Girls* seduziam o olho do espetador com a sua hipnótica coordenação e pernas desnudadas. Dos lados mais a leste, vinham as influências dos *ballets russes* de Sergei Diaghilev (1872-1929), que modernizaram a estética dos figurinos, cenários e bailados.

O maior palco do espetáculo lisboeta era o Parque Mayer. A sua fama não se devia somente aos teatros de género, mas também pelo agregado de atividades de entretenimento que oferecia. De cinema ao ar livre, restaurantes, bailes carnavalescos, e jogos infantis, qualquer pessoa poderia experienciar as vertigens dos tempos⁴⁶.

Cada metrópole ocidental acabou por manifestar semelhanças no estilo de vida cosmopolita da época. Mesmo se Lisboa não tenha vivido esta recreação da forma mais pioneira como Berlim, Chicago ou Paris, tal não quis dizer que as classes abastadas da capital não tenham usufruído da novidade, nem que a boémia da década não tenha influenciado o país.

Em Portugal, as práticas de veraneio e desportivas recebem crescente atenção durante esta época. As novas inovações no vestuário, o crescente mundo publicitário, a influência cinematográfica e a prática do desporto, vieram despertar uma preocupação na aparência e no corpo. A sociedade dos Anos Vinte queria-se jovem, em forma e de acordo com as últimas tendências. A década de 1920 assiste a novas competições desportivas e à integração da mulher em variados desportos, chegando à premiação de desportistas destacadas no seu ramo.

⁴⁴ Simon, Linda, (2017). *Lost Girls: The Invention of the Flapper*. Londres: Reaktion Books, Illustrated Ed. p. 214. Para ler mais sobre a reputação negativa das danças modernas ver Knowels, Mark. (2009) *The wicked waltz and other scandalous dances: outrage at couple dancing in the 19th and early 20th centuries*. North Carolina: McFarland & Company, Inc., Publishers.

⁴⁵ Magalhães, Paula Gomes (2021). *Os Loucos Anos 20: Diário da Lisboa boémia*. 1.ª Ed. Lisboa: Planeta, p. 124.

⁴⁶ Ver Ferreira, Helena Carla Gonçalo. (2013). *Ver não custa, o que custa é saber ver: a crítica social e política na comunicação visual do Teatro de Revista à Portuguesa no Parque Mayer (1926-2011): uma análise sócio-semiótica visual*. Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação, Universidade do Minho, p. 14.

A par das atividades ao ar livre, a chegada do verão significava praia, casinos, exibição do corpo, estadias em hotéis e espetáculos ao ar livre. As idas à praia tornam-se recorrentes e essenciais no convívio social⁴⁷. Com a chegada da época balnear, as cidades esvaziam, e num tom desanimador a *ABC* relata:

As cidades ficam quase despovoadas, não mais se veem mulheres elegantes ostentando seu corpo magico, sensual [...] nas cidades, as casas de chá, onde no inverno há sempre vultos femininos [...] se tornam agora penumbrosas e tristes⁴⁸.

A imagem da “mulher moderna” dos Anos Vinte é exposta como essencial à caracterização da época, a sua emancipação age como um símbolo da capacidade veloz das mutações temporais. Todavia, o estilo de vida dos *Roaring Twenties* exigia um conforto económico, que melhor era sustentado pela classe média alta, cosmopolita e abastada – um grupo pequeno comparado com o resto da população, que vivia em tempo de crise.

O período pós-guerra afetou o tecido económico, afundando os países europeus numa inflação que causou um aumento do desemprego e do custo de vida. Em Portugal, apesar do impacto da guerra não ter sido devastador, a inflação também cá chegou, provocando uma crise nacional que se ia atenuando com a desvalorização do escudo. Os tempos republicanos pareciam falhar com a nação, juntamente com a crise nacional, numa constante sucessão de governos e falhada «tentativa de regeneração democratizante do liberalismo monárquico», cada vez mais demonstrando a instabilidade da I República portuguesa⁴⁹. Por fim, no dia 28 de maio de 1926, dá-se o golpe de Estado que põe fim à I República, instaurando a Ditadura Militar.

No ano de 1928 impôs-se a censura prévia e Portugal subiu a um palco político semelhante ao de outros países europeus. Foi neste período que o panorama nacional foi dominado por António de Oliveira Salazar (1889-1970). No novo quadro nacional, promove-se progressivamente um ambiente conservador e tradicional que corta em parte com a influência vinda de outros países: «a sociedade portuguesa em “Estado Novo” não podia produzir uma cultura europeizante»⁵⁰. A folia moderna dos Loucos Anos em Portugal terminava aqui.

Num período em que a situação económica se apresentava tão comprometida, como explicar a variedade de divertimentos da época? Porque terá ficado essa aparente prosperidade tão marcada no imaginário coletivo? Podemos questionar se terá sido pela transgressão da modernidade, ou pela diversificação das formas de entretenimento, que poderão ser também elas uma reação do pós-guerra. É frequentemente apontado por historiadores que o culto das diversões e entretenimentos exibido nas

⁴⁷ Ver Machado, Helena (2000). A construção social da praia. *Sociedade e Cultura 1, Cadernos do Noroeste*, Série Sociologia, 13(1), p. 201-218.

⁴⁸ «O Enlevo das Praias à Hora do Banho», *ABC*, 4.º ano, n.º 161, 16/08/1923, p. 12.

⁴⁹ Rosas, Fernando (2003) “As Grandes Propostas em Confronto: Republicanismo, Autoritarismo e Revolução social” Em *Pensamento e Ação Política: Portugal Século XX (1890-1976)*, Lisboa: Editorial Notícias, p. 33.

⁵⁰ França, José-Augusto (1980). *A Arte e a Sociedade Portuguesa no século XX*. 2ª. Ed. Lisboa: Livros Horizonte, p. 27.

grandes cidades poderia ser uma forma de turvar as memórias do campo de batalha, de abafar os sons do armamento, de abstrair das adversidades da guerra⁵¹.

Esta década ficou cravada na memória coletiva como um tempo festivo e de conforto social, um tempo efervescente de liberdade e vitória, de acordo com a nomeação rugidora que tem na expressão americana de *Roaring Twenties*. A sociedade dos Anos Vinte rugiu tão alto que, no último ano da década, em 1929, cai a Bolsa.

A queda da Bolsa em Nova Iorque, naquela que ficou conhecida como a Quinta-feira Negra, fez emergir uma escura crise no panorama ocidental, alastrando-se à Europa. Chegou ao fim a década de 1920 e chegou ao fim a folia. A década de 1930 trouxe aos Estados Unidos a Grande Depressão e à Europa os regimes ditatoriais – fortes condicionantes a um novo estilo de vida, de uma nova mulher e de novas representações.

3.1.2. A convenção de feminilidade: mulheres que trabalham e mulheres donas de casa

O fim da I República a meio da década de 1920 não significa, o corte súbito com o modo de vida, os progressos sociais da época perduraram a década inteira. Portugal era ainda um país predominantemente rural e rigidamente devotado à religião, apesar dos focos de transgressão cosmopolita e urbana. O conflito ideológico republicano tinha sido com a Igreja e a Monarquia. Todavia, a chegada da I República não demoliria o lado mais conservador da nação. Veja-se o exemplo da resposta à lei do Registo Civil implementado pela República. Esta legislação gerou-se com propósito de retirar poder à Igreja, porém a população «via as novas leis como imposição de natureza burocrática», insistindo na integração da religião, pela importância espiritual e ritualística que carregavam⁵².

Durante a década de 1920, regista-se um elevado número de mulheres solteiras. Tal desfecho pode ser causa de variadas razões. Podemos questionar se seria natural consequência dos tempos modernos? Ou da emancipação da mulher jovem, que adotava uma nova e libertina atitude sob a sua sexualidade, negando as suas funções de mãe e dona de casa? Poderia também dever-se à integração das mulheres nos setores de trabalho, que sob a capacidade de desempenhar funções laborais destinadas aos homens, recebiam uma independência económica, que, conseqüentemente, as tenha distanciado da dependência conjugal? Poderia ter a política integrada pela laicização republicada contribuído de algum modo? Talvez todas estas razões sejam responsáveis em algum grau.

No início do século XX, o casamento e as suas funções começaram a ser colocados em questão e, na sociedade portuguesa, criticava-se «abertamente o matrimónio convencional, considerando-o uma instituição burguesa e retrógrada»⁵³. Por outro lado, a nível global, este período colocou em causa o casamento como instituição que perpetuava as dinâmicas de poder e género. Os periódicos relatavam o

⁵¹ Lareau, Alan. (1991). «The German cabaret...», p. 474.

⁵² Moura, Maria Lúcia de Brito (2011). «Sensibilidade religiosa e devoção doméstica: entre o “temor de Deus” e o “amor de Deus” Em *História da Vida Privada...*, p. 300.

⁵³ Santana, Maria Helena e Lourenço, António Apolinário (2011). «No leito. Comportamentos sexuais e erotismo». Em *História da Vida Privada...*, p. 269.

drástico comportamento face à união conjugal: «Hoje casam-se e passado um ano [...] vivem já cada uma para o seu lado, indiferentes, a caminho do divórcio.»⁵⁴, responsabilizando os tempos modernos.

O período pós-guerra, de 1919 a 1923, registou uma subida de divórcios em Portugal, sendo que até ao fim da década vai gradualmente descendo⁵⁵. Embora pensemos que o período republicano possa ter facilitado a normalização do divórcio, o número de divórcios foi menor após o término da I República.

Segundo Rui Cascão, a média anual de divórcios entre 1917-1927 é de 495, número que duplica na década seguinte, quando se assiste um retorno à convencionalidade conservadora. Ainda assim, o divórcio em Portugal durante toda a década de 1920 foi inferior à maioria dos países europeus⁵⁶. Quer-se com isto mais uma vez ilustrar como Portugal, apesar de ter participado nas dinâmicas transgressoras e modernas do tempo, ainda se mantinha conservador em comparação aos comportamentos registados em outros países que dominaram a imagética da década, como os Estados Unidos, Alemanha e França.

Fossem divorciadas, viúvas, ou somente solteiras, as mulheres constituíam uma elevada percentagem da população descomprometida. Em Lisboa, o início da década de 1930 contava com 2858 mulheres divorciadas, face aos 1677 homens divorciados⁵⁷. Ainda em Lisboa, a maior percentagem de iniciativa ao divórcio partia da mulher⁵⁸. Cabe considerar o que esta maioria representa para a “mulher moderna”? Este fenómeno repercute-se nas representações das capas da *ABC*? Procurar-se-á mais à frente refletir sobre a caracterização da mulher moderna e de como no seu registo social e atitudes perante o companheirismo se equaciona a relação com o sexo masculino.

Afastada da domesticidade materna, através da rejeição do casamento prematuro, o registo civil da mulher moderna é, naturalmente, solteira. Isto, claro, sem nunca comprometer o *flirt*, que surge como moderna forma de namorar, própria do espaço citadino, da qual a classe média-alta podia manifestar a sua sofisticação⁵⁹. Beatriz Delgado escrevia para o *ABC*:

Flirt é a estrada que fica entre os dois caminhos [...] Não é amor, porque a alma não entra nessa troca de galanterias; não é desejo porque o corpo resiste, sem custo, à comunhão das epidermes. [...] É nos bailes, principalmente, que o *flirt* é mais apreciado; e isto explica-se bem, é que a música, os perfumes, o contacto obrigatório

⁵⁴ Córdova, Luís de «Os Casamentos Modernos», *ABC*, 2.º ano, n.º 90, 10/03/1922, p. 10.

⁵⁵ Cascão, Rui (1986). «Família e divórcio na Primeira República». Em Atas do Colóquio *A mulher na sociedade portuguesa. Visão histórica e perspetivas atuais*, 20-22 de março de 1985, vol. 1. Coimbra: Instituto de História Económica e Social, Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, p. 155.

⁵⁶ Cascão, Rui, (1986). «Família e divórcio...», p. 155-156. Para consultar a taxa de divórcio de outros países europeus durante a década de 1920 face a Portugal, aconselha-se a consulta de ⁵⁶ Cascão, Rui, (1986). «Família e divórcio...», p. 156, e p. 163 consulta da nota nº 14.

⁵⁷ Pinheiro, Magda, (2012). «Lisboa Republicana». Em *Biografia de Lisboa*, Lisboa: A Esfera dos Livros, pp. 291-292.

⁵⁸ Note-se como os números em causa não diferem muito entre si: 50,4% dos divórcios partiam da iniciativa das mulheres face a 49,6% dos homens. Ver Cascão, Rui, (1986). «Família e divórcio...», p. 161.

⁵⁹ Santana, Maria Helena e Lourenço, António Apolinário, (2011). «No leito. Comportamentos sexuais e erotismo». Em *História da Vida Privada...*, p. 260.

na dança, todos esses fatores predisõem, admiravelmente, para escutar palavras gentis quando não sejam amorosas.⁶⁰

Uma vez mais, descreve-se aqui os contextos em que esta mulher moderna se movimenta e convive, que são exemplar do seu estatuto social e económico. Parte da emancipação da mulher vem com o reconhecimento da sua contribuição laboral e profissional, úteis para o desenvolvimento do tecido cultural e económico do país, algo que ia para além da sua “inerente” ocupação como mãe e dona de casa.

É certo que mulheres a trabalhar não era fenómeno fora do comum, e que a mobilização dos homens para a guerra tinha levado um maior número de mulheres a ocupar os postos deixados livres. Já havia mulheres que trabalhavam como enfermeiras, cozinheiras, costureiras ou professoras. No fim do século XIX, o desenvolvimento industrial necessitou de uma maior mão de obra no trabalho industrial, especialmente para as zonas que mais rapidamente absorviam esse progresso, como foi o caso de Lisboa. Segundo José Gentil da Silva, as mulheres chegaram a 57% da força de trabalho fabril⁶¹.

Se a mulher quisesse trabalhar, fosse para a sua dependência pessoal ou sustento familiar, tal seria mais facilmente aceite nas zonas urbanas, onde era visto como uma declaração da sua emancipação. Contrariamente, e embora desempenhassem variadíssimas tarefas nos campos, os meios rurais não viam com bons olhos a saída da mulher do seio doméstico e a sua participação no mercado de trabalho não era encarada como uma afirmação de independência e possível respeito, mas antes depreciada como perda de credibilidade da excussão das suas funções⁶².

Reconhece-se uma contradição do ressurgimento da dona do lar face ao seu desconfinamento. Em Portugal, no contexto pós-guerra, em plena crise inflacionista, o sustento salarial de empregados domésticos viu-se improvável, sendo que a mulher da família teria de passar a desempenhar essas tarefas⁶³. Por outro lado, para além da rutura com os padrões convencionais, o aumento de publicidade dos novos eletrodomésticos prometia aliviar o peso das tarefas de casa e, conseqüentemente, distanciar a mulher das expectativas de permanecer no seio doméstico e atender às funções do matrimónio, culminava numa ansiedade social e crítica deste modelo de feminilidade.

Será este modelo que o Estado Novo declara quebrar, ao anunciar o retorno da «fada do lar»⁶⁴, regredindo na emancipação conquistada até à época, que via como desmoralizadora e francamente um retrocesso – ou seja, o oposto de emancipatório.

Desconfinada do domicílio, como mais se poderá caracterizar a mulher moderna? Será característico das representações na *ABC* esta emancipação social?

⁶⁰ Delgado, Beatriz, «Flirt», *ABC*, 5.º ano, n.º 221, 09/10/1924, p. 2.

⁶¹ Silva, José Gentil da, (1986). «A mulher e o trabalho em Portugal» Em Atas do Colóquio *A mulher na sociedade portuguesa...*, p. 285.

⁶² Caetano, Lucília, (1986). «A participação da mulher na indústria transformadora» Em Atas do Colóquio *A mulher na sociedade portuguesa...*, p. 383.

⁶³ Vaquinhas, Irene e Guimarães, Maria Alice Pinto (2011). «Economia doméstica e governo do lar. Os saberes domésticos e as funções da dona de casa» Em *História da Vida Privada...*, p. 212.

⁶⁴ Vaquinhas, Irene (2011). «A família, essa “pátria em miniatura”» Em *História da Vida Privada...*, p. 128.

3.2. A Mulher Moderna e o Novo Paradigma de Feminilidade

3.2.1. “Vossa Ex^a quer ser moderna? Apresentamos o novo modelo à *la garçonne*”

Numa época que se modernizava em todos os aspetos, a nova geração inovou a sua aparência e hábitos de vida. Ninguém marcou mais a memória dos Anos Vinte do que o novo arquétipo de mulher no ocidente. Das várias transgressões que tiveram lugar no início do século XX, a imagem da “mulher moderna” foi das figuras mais polarizadoras.

O seu modelo distingue-se da imagem de mulher convencional. Cortou o cabelo até às orelhas, abandonou o espartilho e passou a exhibir as pernas e o decote. Deu especial importância à sua aparência, usando as últimas tendências de moda e cosméticos. Esta mulher, jovem e ousada, passou a ser um modelo da nova feminilidade nos meios de comunicação. Do cinema à imprensa, a publicitação da sua imagem, inspirou várias jovens a aderir a este perfil cosmopolita⁶⁵.

A revista *ABC* foi em Portugal um dos periódicos que com maior êxito usufruiu desta imagem, por vezes elogiando-a, outras vezes criticando-a. Porém, assistiu-se nas capas deste periódico a sua exaustiva exibição, sendo esta “mulher moderna” – e tudo o que implica a sua caracterização – raiz inspirativa das representações ilustrativas e fotográficas das capas.

Esta nova mulher distinguia-se da sua antecedente de 1900. O ideal de beleza da *Gibson Girl*, ainda semelhante à imagem oitocentista, apresentava o cabelo comprido e um vestido que percorria o corpo até aos pés⁶⁶. O seu peito era empurrado para fora e a cintura estreita salientava as ancas, contribuindo para a caracterização da sua fisionomia curvilínea de «vincado cunho maternal»⁶⁷. Duas décadas depois, o ideal de beleza renovava-se e nascia um novo símbolo de modernidade.

Nomeada de diferentes maneiras, nos Estados Unidos e Inglaterra ela foi a *flapper*, no Brasil a *melindrosa*, em França a *garçonne*, e em Portugal foi a *Cabelos à Joãozinho*. Foi através da literatura que nasceu a designação para este novo tipo de mulher: a polémica obra do francês Victor Margueritte (1866-1942), intitulada *La Garçonne* (1922), apresentava a história de uma rapariga jovem, Monique Lerbier, que renuncia à convencionalidade do seu papel de mulher, quando descobre a traição do marido. A *garçonne*, em Monique Lerbier, manifesta-se nesta renúncia. Quando ganha agência da sua vida, corta o cabelo, usa roupa mais ousada, começa a fumar, decide viver uma liberdade festiva nos *cabarets* da época, cede ao vício da cocaína e explora a sua homossexualidade⁶⁸.

⁶⁵ Vaquinhas, Irene. (2015). “Garçonne”. Em (Org.) Colling, Ana Maria e Tedeschi, Losandro Antonio. *Dicionário Crítico de Género*. Dourados: Editora da Universidade Federal da Grande Dourados, p. 300.

⁶⁶ Consta referir que, o modelo daquela que conhecemos como a *Gibson Girl*, apesar de se poder manifestar em várias regiões da Europa, é um modelo primeiramente cunhado nos Estados Unidos da América durante a primeira década do século XX.

⁶⁷ Vaquinhas, Irene (2021). «As armas da sedução feminina: das “cinturinhas de vespa” Às “pernocas ao léu” (2º metade do século XIX-princípios do século XX)». Em *Coquettes, Doutoras e Outras: História das mulheres em Portugal séculos XIX e XX*. Lisboa: Edições Colibri, p. 18.

⁶⁸ Apesar do escandaloso enredo para a época, a intenção de Margueritte passaria por criticar as transgressões imorais da sociedade francesa. Para ler mais sobre a obra, as intenções de Margueritte e a resposta controversa do público veja-se Marques, Gabriela Mota. (2007). “*Cabelos à Joãozinho*”: *A Garçonne em Portugal nos Anos Vinte*. Lisboa: Livros Horizonte, pp. 23-26.

Uma geração de mulheres inspirou-se na irreverência de *Lerbier* e, da ficção para a realidade, a *garçonne* tornou-se o novo modelo de mulher moderna. A sua atitude inconformada pelos valores tradicionais, e o seu visual inovador, foi o que mais a distinguiu.

O traço que melhor identifica a mulher moderna dos Anos Vinte é corte de cabelo, que lhe conferia um aspeto andrógono. O cabelo curto era tido como um traço masculino e as mulheres de «nuca rapada [e] cabelos penteados como os homens»⁶⁹ provocaram com esta transgressão aos padrões de feminilidade, surgem críticas e uma fobia da «epidemia de mulheres-homens que ameaçam soterrar as ambições de todas as mulheres-mulheres»⁷⁰.

Por muito que o ato de cortar o cabelo fosse um símbolo de rebeldia, este também tinha um propósito de conveniência. Com um maior número de mulheres no mercado de trabalho, o cabelo curto apresentava-se como uma solução vantajosa e higiénica⁷¹. Desse modo, podemos também ver o cabelo curto como uma consequência da emancipação no estatuto social e económico da mulher.

O carácter masculino está subentendido inclusive nos nomes atribuídos a esta mulher, como na expressão em português da “cabelos à Joãozinho”, e no francês *garçonne*, de significado “mulher arrapazada”⁷². Para além do cabelo curto, a proximidade do seu visual remete para características masculinas, como no uso de vestidos tubulares, cujas linhas direitas contrastavam com o tradicional curvilíneo feminino. Este tipo de vestuário tornava o corpo da mulher alongado e estreito, fazendo-a perder as suas curvas. O novo modelo de vestuário exibia os braços e as pernas, e, apesar do decote ser acentuado, o peito da *garçonne* queria-se raso.

Este novo visual retirava-lhe as características convencionais da feminilidade dos tempos, e, apesar desta aparente virilização da mulher, não seria necessariamente correto aferir a caracterização máscula à sua androgenia. Devido à sua juventude e físico esguio sem formas corpóreas distintas, a *garçonne* melhor se assemelhava a um rapaz jovem empubescido do que a um homem adulto. O termo anglo-saxónico *flapper* começaria primeiramente, nos fins do século XIX, por designar jovens prostitutas, e, mais tarde, adolescentes magras, sem ainda serem as raparigas dos cabelos e saias curtas⁷³.

A exibição do corpo passou a exigir uma maior atenção e cuidado, nomeadamente nas práticas balneares, onde o bronzamento do corpo era imprescindível, e os novos *maillots* de banho, que expunham mais pele, só amplificavam esta a preocupação com a forma física. A diligência da forma física também se manifestou com a entrada da prática desportiva na esfera feminina. As mulheres passaram a participar em desportos como a ginástica figurativa, natação, ténis e equitação⁷⁴. Os padrões

⁶⁹ «O Perfil da Mulher Moderna», *ABC*, 6.º ano, n.º 312, 08/07/1926, p. 3.

⁷⁰ Delgado, Beatriz, «O Presente e o Futuro...», *ABC*, 6º ano, n.º 301, 22/04/1926, p. 10.

⁷¹ Pereira, Ana Leonor e Pita, João Rui (2011). “A higiene: da higiene das habitações ao asseio pessoal”. Em *História da Vida Privada...*, p. 114; Marques, Gabriela Mota (2007). “*Cabelos à Joãozinho*” ..., p. 33.

⁷² Marques, Gabriela Mota (2007). “*Cabelos à Joãozinho*” ..., p. 54.

⁷³ Segundo estas associações do século XIX, o termo *flapper* surge primeiro em Inglaterra e só mais tarde passa a ser usado nos Estados Unidos da América para designar a imagem da rapariga jovem que fuma e usa o cabelo curto. Esta terminologia viajaria de novo para a Europa para designar a “mulher moderna”. Ver Simon, Linda (2017). *Lost Girls: The Invention of the Flapper*. Londres: Reaktion Books, p. 8.

⁷⁴ Marques, Gabriela Mota (2007). “*Cabelos à Joãozinho*” ..., pp. 69-71.

de beleza mudaram drasticamente em poucas décadas e nos Anos Vinte vingava a exigência de um corpo esbelto, comprido e magro, pelo que surgem inúmeras dietas drásticas e crescem os casos de anorexia⁷⁵.

Não se pretendia que a prática de desporto tornasse o corpo da mulher «numa rustica plástica de gladiadores romanos»⁷⁶, a magreza esguia e descarnada era sinónimo da elegância da época, até porque as modas eram «feitas essencialmente, propositadamente, para as mulheres magras»⁷⁷. A magreza, para além de ser o ideal da fisionomia feminina, era símbolo de estatuto social. Por outras palavras, as mulheres que conseguiam seguir as tendências da moda teriam presumidamente como sustentar esses gastos, e, conseqüentemente, a sua aparência colocá-las-ia no grupo das “mulheres modernas”.

Nas práticas modernas, a mulher passou a poder usufruir com frequência da bicicleta, a conduzir automóveis e tirar até licença de aviação, podendo também ela se aventurar desacompanhada pelos transportes públicos, exibindo assim a sua autonomia e independência.

A par do novo vestuário e penteado, também a indústria de cosmética foi renovada. O visual maquilhado consistia em lábios encarnados e delineados agudamente no lábio superior, olhos carregados de lápis escuro, sobrancelhas finas como um fio, e o novíssimo pó de arroz corava e braqueava a face. Rostos como o das estrelas do cinema mudo norte-americano, como Clara Bow (1905-1965) ou Raquel Torres (1908-1987), são exemplos desta imagem da boneca de porcelana, dando-lhe um ar juvenil e puro. Contrariamente, uma mulher visivelmente maquilhada também tinha um aspeto ousado e, apesar de lhe dar uns anos a mais, nunca deixava de ser jovem. Em qualquer dos casos, a mulher permanece objetificada como eternamente jovem e bela.

As revistas da época foram a fiel companhia daquelas que queriam ser modernas, publicando páginas dedicadas às novas tendências da moda e conselhos de beleza. Com o crescente uso da publicidade, começaram a aparecer mais anúncios a auxiliares no combate aos inimigos da “mulher moderna”, como cosméticos e medicamentos contra o envelhecimento, o excesso de peso ou os pelos no corpo. Quando não havia produtos que conseguissem resolver tais “defeitos”, encorajava-se a cirurgia plástica, prática que ganha popularidade durante a época.

Apesar de a mulher passar a participar em desportos competitivos, a maior competição seria em vigor da sua aparência física. Isto foi notório com a crescente popularização dos concursos de beleza. Segundo Gabriela Mota Marques, a preocupação da mulher continuaria a focar-se na sua beleza física, fator importante para contemplação dos homens e inveja das outras mulheres⁷⁸. As mulheres por muito que entrassem na esfera do masculino, «não perderam a mais importante das qualidades [...] a necessidade de ser admirada», escreve Eduardo Reiriz num artigo da *ABC*⁷⁹. Quer isto também dizer que, havia uma competição social oclusiva, cujo estatuto de bela e a atenção masculina eram premiados.

⁷⁵ Ver Santana, Maria Helena (2011). «Estética e aparência». Em *História da Vida Privada...*, p. 439.

⁷⁶ «A Mulher mais Gorda do Mundo», *ABC*, 3.º ano, n.º 136, 22/02/1923, p. 9.

⁷⁷ «O Perfil da Mulher Moderna», *ABC*, 6.º ano, n.º 312, 08/07/1926, p. 3.

⁷⁸ Marques, Gabriela Mota (2007). “*Cabelos à Joãozinho*” ..., p. 71.

⁷⁹ Reiriz, Eduardo, «Um Club de Fumadoras de Cachimbo», *ABC*, 7.º ano, n.º 339, 13/01/1927, p. 6.

Deste modo, também se ilustra como a libertação social da mulher é limitada, uma vez que ela continuaria dependente de uma aprovação exterior que validasse o seu físico enquanto jovem e belo.

A *garçonne*, divertida e aventureira, não estava confinada ao seio doméstico, antes saía à noite para ir aos clubes da moda, alargando o seu leque de sociabilidade. Incorporava a efemeridade da vida, fumava, bebia e divertia-se a noite inteira.

Os novos meios de comunicação disseminam o conteúdo dedicado às novas estrelas de cinema, condicionando os modelos de beleza almejada. Assim, as mulheres da sociedade, se quisessem ser modernas, podiam escolher a vedeta em que se basear⁸⁰. A procura de encaixar no ideal de beleza culminaria na aquisição de um parceiro, pois, como a historiadora Linda Simon afirma, o casamento mostrava que uma mulher era desejável⁸¹. O casamento e a procriação ainda eram eventos sucessivos nesta época, pelo que tal desfecho ia contra a emancipação de renunciar ao papel de mãe e esposa da mulher moderna. A história relata a *garçonne* como uma jovem que se quer distinta da sua mãe e avó. Para isso, ela corta o cabelo e vive um estilo de vida pouco convencional. No entanto, apesar da aquisição de uma independência económica – que em Portugal representava menos de 30% da população ativa feminina – o dinheiro ganho era gasto no seu estilo de vida e na sua aparência, e não na renúncia de um companheiro⁸².

Poder-se-á questionar se se a imagem desta “mulher moderna” poderá ter sido apenas uma inovação na *coquetterie*, uma passageira rebeldia e independência da convencionalidade enquanto jovem. Ao encontrar um homem com quem assumir o compromisso matrimonial, atingiria a maturidade, para abraçar de novo a convencionalidade tradicional da feminilidade. A verdade é que até Monique Lerbier casa de novo no fim do romance e deixa o seu cabelo crescer⁸³. O modelo da *garçonne* pode então corresponder apenas a uma fase de transição passageira e fugaz.

Como já foi sublinhado, a imagem da “mulher moderna” nos Anos Vinte foi fortemente mercantilizada⁸⁴, sendo facilmente reconhecida em personagens da literatura, do cinema, ou de ilustrações publicitárias, do que em biografias pessoais. No entanto, sabemos que várias mulheres, como Zelda Fitzgerald (1900-1948), ou Edna St. Vincent Millay (1892-1950), são hoje lembradas como mulheres que inspiraram a imagética da *flapper* pelo seu estilo de vida e aparência⁸⁵. Porém, não

⁸⁰ Ver Santana, Maria Helena (2011). «Estética e aparência». Em *História da Vida Privada...*, p. 439 e Janet Ward (2001). *Weimar surfaces: urban visual culture in 1920s Germany*. Londres: University of California, p. 84.

⁸¹ Tradução livre de «Marriage meant a girl was desired.». Simon, Linda (2017). *Lost Girls...*, p. 196.

⁸² A mulher, ao ganhar um salário, assumia uma independência do casamento. Porém, no caso de Portugal, esta independência da vida conjugal não se observava em grande número, pelo que continuava nas aspirações femininas casar: ver Marques, Gabriela Mota (2007). “*Cabelos à Joãozinho*” ..., p. 116. Sobre esta questão fora da Europa, ver Cott, Nancy, F. (1991). “A mulher moderna: o estilo americano dos Anos Vinte”. Em DUBY, Georges e Perrot, Michelle (Dir), *História das Mulheres no Ocidente: o século XX*, Vol. V. Porto: Edições Afrontamento, p. 101.

⁸³ Ver Simon, Linda (2017). *Lost Girls...*, p. 220.

⁸⁴ Cott, Nancy, F. (1991). “A mulher moderna...”, p. 110.

⁸⁵ Sobre a influência de Zelda Fitzgerald e Edna Millay para a imagem da *flapper* norte-americana, ver Pike, Deborah (2017). «“Masquerading as Herself”: The Flapper and the modern Girl in the Journalism and Short Fiction of Zelda Fitzgerald». *The F. Scott Fitzgerald Review*, 15(1), pp. 130-148; Keyser, Catherine (2007). “Edna St. Millay and the Very Clever Woman in Vanity Fair”. *American Periodicals: A Journal of History & Criticism*, 17(1), pp. 65-96.

poderiam estas mulheres reais ter inspirado o seu mote de vida e aparência na imagética que os meios de comunicação e a arte difundia?

A filosofia de vida da *garçonne*, apesar de estar em voga, era restrita a um número de mulheres. A mulher moderna é uma mulher cidadina, vem de uma classe média superior, e por isso tem como sustentar a manutenção que o seu estilo de vida exige. Em 1925, a *ABC* publicou um artigo remetendo a uma entrevista da americana madame Symington, que constatava: «Não é possível que uma verdadeira elegante possa viver com menos de 500 contos por ano»⁸⁶. Este tipo de atitude num período de crescente inflação pós-guerra, não estava ao alcance da maioria da população. Considerando um país como Portugal, com vasto território ruralizado, o carácter urbano apenas reforça o baixo número de mulheres que se permitiam ostentar neste estilo de vida. Mesmo nas cidades, havia mulheres casadas que apenas saíam na companhia do marido e as que ainda não tinham casado continuavam dependentes da figura paternal⁸⁷.

Contudo, é precisamente a imagem da “mulher moderna” que ficará cristalizada durante este período. Terá esta mulher moderna se tornado protagonista da década porque o desejo de a materializar foi maior do que a sua acessibilidade? Não se quer dizer que não tenha existido. Aliás, como Janet Ward afirma, não se deve olhar para esta mulher moderna como apenas um produto do imaginário importado entre culturas. A sua existência, mesmo que fosse nesse imaginário social, venceu a modernidade e influenciou ruturas sociais⁸⁸. Questiona-se, no entanto, o número de mulheres que tiveram meios de incorporar um estilo de vida *à la garçonne*, face ao número de mulheres que não tinham meios de sustentá-lo, restando-lhes admirá-lo, através das salas de cinema, das publicidades e possivelmente até das capas de revistas semanais.

Todavia, esta mulher moderna levantou polémicas e juízos menos abonatórios. A sua imagem, apesar de requintada e elegante, deixava manchas e não era um modelo de mulher aceite por toda a gente, especialmente em sociedades mais conservadoras.

3.2.2. *Garçonnes* de má-fé: a mulher moderna como pecado

Compreendido os aspetos essenciais de como surge e se caracteriza este novo arquétipo, é pertinente abordar a ansiedade societal que a “mulher moderna” provocou na época. Esta conotação negativa será pertinente para, mais à frente na análise, se avaliar a representação escolhida pela *ABC*, indo ao encontro deste olhar pejorativo ou afastando-se dele.

Se há algo que este novo modelo de mulher moderna provocou, foi desordem. Desordem na ordem social dos géneros, desordem na convecção da feminilidade e desordem na expressão da sexualidade da mulher. As jovens das cidades modernas em plena “desobediência” da sua condição, decidiram abraçar a sua juventude, exibiam intencionalmente as pernas e adiavam a maternidade.

⁸⁶ Delgado, Beatriz, «Quanto Gasta uma Elegante?», *ABC*, 5.º ano, n.º 259, 02/07/1925, p. 10.

⁸⁷ Marques, Gabriela Mota (2007). “*Cabelos à Joãozinho*” ..., p. 44.

⁸⁸ Ward, Janet (2001). *Weimar surfaces...*, p. 85.

Esta atitude parecia contrariar-se nos moldes mais tradicionais, na medida em que se as mulheres se sentiam mais aptas para exibirem o seu corpo e seduzir o sexo masculino, naturalmente que a procriação culminaria essa iniciativa. Afinal, que outro propósito a atividade sexual poderia ter? Aquilo que a sociedade não compreendia era que esta emancipação sexual da mulher se alinhava na transgressão da sua condição, face à moralidade do século anterior.

Com a expansão dos meios de comunicação, especialmente visuais, imagens estáticas ou em movimento produziam conteúdo que naturalizavam estes desejos. Afirma Nancy F. Cott que este «novo aparelho cultural em torno da revelação de que a expressão sexual era uma fonte de vitalidade e de personalidade [...] e que o desejo sexual feminino existia para ser explorado e satisfeito»⁸⁹. Esta consciencialização de que o papel da intimidade sexual tinha outras funções para além da procriação, oferece uma emancipação a estas jovens. Com autonomia, escolheram como e com quem queriam jogar o *flirt*⁹⁰.

A *garçonne* arrebatava muitos com o seu carisma. Porém, a transgressão e fuga à moralidade tradicional provocou-lhe má fama, sendo muito contestada e considerada como uma má influência. Apesar de nos situarmos num período de republicanismo laico, uma grande maioria da população portuguesa manteria próxima de si os valores da religião. A Igreja em especial muito contestava as atitudes progressistas desta mulher moderna, que na sua ótica, expunha retrocessos. Por exemplo, como atenta Gabriela Mota Marques, o cabelo comprido era um atributo de honra e mérito. Cortá-los estaria associado àquelas que se entregavam a uma vida monástica como «um ato de desprendimento face ao mundo material e secular», não havia exibição pública do corte, comportamento este oposto da *garçonne*, que o exibia em prole da modernidade⁹¹.

Apesar dos conservadores não verem com bons olhos o novo visual, nem as novas tendências, como as danças modernas, aquilo que provocou maior ansiedade foi o afastamento do papel de mãe. Vista como condição biológica da mulher, renunciar a este papel era falhar enquanto mulher, enquanto esposa, enquanto membro da sociedade e, sobretudo, falhar aos olhos de Deus.

Não foi só a vontade de adiar a entrada na maternidade, mas o tipo de mulher que incitava esta posição. A nova posição e postura da mulher moderna era de pecadora. Mesmo o cinema produzia filmes que por um lado iam de encontro com a emancipação sexual da mulher, como já vimos, mas por outro podiam ser intitulados a pressupor essa emancipação como pecado da luxúria⁹². A *ABC*, caricatamente, publicou um artigo em que faz uma entrevista ao Diabo que, à pergunta do que este pensava sobre as

⁸⁹ Cott, Nancy, F. (1991). “A mulher moderna...”, p. 100. Ver também Smith, Jill Suzanne (2013). “Naughty Berlin? New Woman, New Spaces and Erotic Confusion”. Em *Berlin Coquette: Prostitution and the New German Woman, 1980-1933*, s.l.: Cornell University Press, p. 110.

⁹⁰ Santana, Marial Helena e Lourenço, António Apolinário (2011). “No leito. Comportamentos sexuais e erotismo”. Em *História da Vida Privada...*, p. 260 e 270.

⁹¹ Marques, Gabriela Mota (2007). “Cabelos à Joãozinho” ..., pp. 30-31.

⁹² Ver Cott, Nancy, F. (1991). “A mulher moderna...”, p. 99-100.

mulheres, respondia: «São as minhas melhores aliadas. Eu as guio na vida conforme me convém. Dou-lhes a graça, a aparente fragilidade, o mavioso da voz, as promessas no olhar e a atração irresistível»⁹³.

Outra personificação da mulher-tentação era a da prostituta, em especial as que circulavam nos espaços de divertimento noturno, nomeadamente os estabelecimentos identificados como cabarés. As jovens raparigas que começavam a frequentar estes lugares para se divertirem, como demonstração da sua modernidade de costumes, corriam o risco de serem confundidas com outras jovens, que utilizavam estes espaços para se sustentar⁹⁴. Se jovens raparigas da classe burguesa, vindas de famílias ditas respeitáveis aos olhos sociais, vinham a estes espaços, não colocariam somente a sua imagem em causa, caso fossem confundidas, também comprometiam e manchavam o nome de família.

Para além de ilicitudes sexuais, a vida noturna traria outros consumos e vícios vistos com maus olhos. Associar as mulheres modernas a estes espaços só contribuía para a sua má reputação. Na forte mercantilização deste modelo de feminilidade é ainda notória a sua conotação com o mundo do espetáculo e «artistas que se sentem atraídos para a “fada-branca”»⁹⁵. Os excessos a que atrizes e coristas se sujeitavam eram publicados na imprensa e era difícil escapar às associações diretas com a *garçonne*⁹⁶.

Nestes termos também se atribui a caracterização desta mulher moderna como uma *femme-fatale*. Em parte, pela sedução e instigação da luxúria a que está associada, ela surge como o novo ideal de mulher bela, um ideal com um certo perigo, que leva o homem por maus caminhos. No cinema da época desenvolve-se um arquétipo derivado da *flapper*, mas mais ousado, sedutor, mítico e fatal – a *vamp*. A *Vamp* era uma mulher mais perigosa que a típica *flapper* e, apesar de ser explorada com maior predominância no universo cinematográfico, também seria representada em outros meios de comunicação. O tenebrismo associado à sua aura marcou a carreira de atrizes como Theda Bara (1885-1955) e Pola Negri (1897-1987)⁹⁷. No entanto, a fatalidade associada à mulher moderna não se manifestava apenas na sedução ao homem, era fatal também à convenção de mulher e mãe, à moral e ao papel devotado à religião, provocando medo e ansiedade cultural.

É possível que o seu carácter fatal seja corretamente atribuído na medida em que este arquétipo deixa de existir na década seguinte. Como Nancy F. Cott afirma, a emancipação desta mulher moderna «implicava uma expansão económica contínua baseada numa procura sustentada por parte do consumidor» e a crise de 1929 interrompeu esta emancipação⁹⁸. Com a entrada de regimes ditatoriais, e por isso mais conservadores, o modelo de mulher convencional retorna o seu lugar. As *garçonnes* deixam o cabelo crescer e reentram no seio primordial da domesticidade.

⁹³ Domingues, Mario, «O Diabo Entrevistado pelo “ABC”», *ABC*, 2.º ano, n.º 87, 09/03/1922, pp. 2-3.

⁹⁴ Marques, Gabriela Mota (2007). “*Cabelos à Joãozinho*” ..., p. 112-113.

⁹⁵ «A Cocaína e os Atores», *ABC*, 7.º ano n.º 359, 02/02/1927, p. 11.

⁹⁶ Marques, Gabriela Mota (2007). “*Cabelos à Joãozinho*” ..., p. 44.

⁹⁷ Sobre a vamp e as suas origens ver Somerville, Kristine (2014). “Enemy of Men: The Vamps, Ice Princesses and Flappers of the Silent Screens”, *The Missouri Review*, 37(2), pp. 77-94.

⁹⁸ Cott, Nancy, F. (1991). “A mulher moderna...”, p. 112.

4. O Papel tem Duas Faces: Da Ilustração à Imprensa Periódica

Abordada a cultura social dos Anos Vinte, os seus altos e baixos, e a nossa protagonista “cabelos à Joãozinho”, foca-se agora o contexto em que surge a *ABC*, considerando as significativas transformações que a imprensa periódica conhece, bem como as expressivas mutações que as artes percorrem. Neste contexto, a colaboração de artistas com as novas revistas da época torna-se um dueto de sucesso na comercialização de produtos de arte. Focar-se-á neste capítulo brevemente o contexto do modernismo artístico em Portugal, em particular aquele em que a geração que colaborou com a *ABC* se inseriu, considerando igualmente as influências internacionais da Arte Déco e os espetáculos dos *Ballets Russes* nas artes portuguesas.

Aborda-se também o panorama da imprensa na década de 1920, no qual as revistas ilustradas tornam-se um fenómeno comercial e de inovação na comunicação visual, diversificando públicos e especializando-se em diferentes temáticas. O *magazine*, embora não lhe seja exclusivamente dedicado, alcança também o público feminino, ao qual passa a dedicar algumas secções que acredita serem do seu interesse.

4.1. Ilustrações e Outras Modernas Pinceladas

4.1.1. Caricaturas de uma época ou modernos desenhos?

A rutura moderna não se fazia somente no modo de viver, os paradigmas sociais também se atenuavam pelas mãos dos artistas. Com a chegada da fotografia, o fim do século XIX viu nascer uma libertação do artista, fazendo-o capaz de figurar alternativamente a sua impressão na tela. Desponta a vontade de deixar a criatividade domar os novos modos de produzir arte, e no século XX esta vontade só se irá diversificar.

Impulsionados em Paris pela Sociedade dos Artistas Independentes em 1884, os Salões tornaram-se espaços de liberdade e de expressão de individualismo, procurando romper com o paradigma das artes académicas. O Salão dos Independentes e, mais tarde a sua ramificação, o Salão de Outono, são exemplos de exposições artísticas definidoras do brotar das vanguardas modernistas⁹⁹. Movimentos como o Fauvismo, Cubismo ou Futurismo expressavam em tela a euforia e velocidade dos tempos.

Os Salões foram, do mesmo modo que os cafés e os *cabarets*, espaços definidores do social. Estes espaços podem afirmar-se enquanto moldes culturais, porque uma estética modernista, enquanto conceito, manifesta-se num conjunto de práticas culturais e hábitos de vida.

Como a pintura ou o teatro, também a ilustração se desenvolveu-se durante os Anos Vinte, não só pelo progresso da imprensa, que está a si adjacente, mas pelo contexto de rutura artística da época. Por outro lado, muitos dos artistas que se destacaram no auge da ilustração nesta década pertenciam a uma geração que influentemente disseminou o modernismo no palco português. Referimo-nos a artistas como

⁹⁹ Ver Leighten, Patricia Dee (2013). *The Liberation of Painting: Modernism and Anarchism in Avant-Guerre Paris*. Chicago: University of Chicago Press, p. 18.

Stuart Carvalhais (1887-1961), Emmerico H. Nunes (1888-1968), Jorge Barradas (1894-1971), Américo Amarelhe (1889-1946), e o próprio José de Almada Negreiros (1893-1970), nomes basilares na prosperidade modernista que vinha já desde a década de 1910.

Muito do crédito à disseminação do modernismo em Portugal é atribuído a revistas como *Orpheu* (1915-), *Portugal Futurista* (1917-), ou a *Contemporânea* (1915-1926). Em Portugal foi formada a Sociedade de Humoristas Portugueses, sob a presidência de Manuel Gustavo Bordalo Pinheiro (1867-1920). Em 1912 inaugurou-se o I Salão dos Humoristas Portugueses, exposição que contou com 28 artistas. Os trabalhos expostos foram um marco na diversificação estilística, contando com a colaboração de artistas da linha mais tradicional e outros de postura mais atual, designados como os «novos»¹⁰⁰.

O panorama artístico em Portugal desenvolveu-se criativamente nestas exposições, onde a atividade gráfica da ilustração se diversificou, fosse em desenhos humorísticos, em caricaturas ou vinhetas¹⁰¹. Grande parte destes trabalhos seriam colaborações entre periódicos e o artista, sendo que para muitos tais encomendas significavam uma fonte de rendimento essencial ao sustento pessoal.

O artista não cria arte separado do mundo que o rodeia. Podemos afirmar que as suas representações podem procurar ser espelhos da realidade, ou espelhos de uma realidade. As representações dos ilustradores desta época, contribuíam para uma imagética deste tempo. Como Maria Helena de Freitas refere, as ilustrações, pelo seu carácter descritivo, foram «a celebração de narrativas, o pretexto de muitas e aleatórias ficções»¹⁰². Quer isto dizer que, enquanto jornais e revistas se definiram num esforço de espelhar os acontecimentos da época, aos ilustradores competiu o mesmo trabalho, mas por via da imagem. Este esforço desenvolve o carácter sintético da ilustração e é este problema de síntese que se coloca aqui em causa. Se estas ilustrações assumem resumir o fundamental duma época, então correm o risco de perpetuar uma imagética estereotipada. O que dizer da representação da mulher neste discurso de síntese? Que características priorizaram os ilustradores nas capas da *ABC* quando representavam uma mulher moderna?

Apesar dos artistas que produziam as ilustrações da *ABC* o fazerem numa tentativa de introduzir novas vias estéticas do panorama artístico da sociedade, as ilustrações nunca chegariam a se caracterizar enquanto exemplos típicos de vanguarda. Por outras palavras, não abraçaram o abstratismo figurativo, embora não deixam por isso de ser modernistas. Podem não se inserir em nenhum movimento estético vanguardista explicitamente nomeado, porém retêm traços estéticos que aludem a alguns movimentos. Poderá ser por uma questão de “legibilidade” da ilustração? Uma vez que são ilustrações que publicitam

¹⁰⁰ Ver França, José Augusto (1991). *A Arte em Portugal no Século XX*. Lisboa: Bertrand Editora, p. 33. Sobre os Salões Humoristas, ver Dias, Fernando Rosa (2012). «O Futuro dos Humoristas: O Humorismo enquanto Modernismo» Em «Os Humoristas de 1912 e o Futuro da Memória», *Ciclo de Conferências & Exposições de Arte*, 2012, Faculdade de Belas-Artes.

¹⁰¹ Freitas, Maria Helena de (1985). «Imagens e Miragens de uma Década». Em *O Grafismo e Ilustração nos Anos 20*. janeiro de 1985, Catálogo Ed. Fundação Calouste Gulbenkian, Centro de Arte Moderna, Lisboa, s.p.

¹⁰² Freitas, Maria Helena de (1985). «Imagens e Miragens...», s.p.

um conteúdo que precisa de ser vendido, a linha abstrata poderia dissuadir o interesse de um típico cidadão português, que não se adivinharia entendido nas novas artes.

É notório que o estilo das ilustrações assume uma libertação da representação figurativa, só possível sob a influência vanguardista que chegou dos ecos europeus e através de viagens a Paris e Alemanha que vários artistas portugueses realizam durante esta época, trazendo consigo novas técnicas e ideias que inspiram a criatividade nacional.

4.1.2. Sobre a influência da Arte Déco e os *Ballets Russes* na arte dos Anos Vinte

Considerando as ilustrações das capas selecionadas para a presente pesquisa, é possível identificar a influência de algumas correntes estéticas que despontam neste período.

É visível que a grande influência estilística provém da Arte Déco francesa. Influentemente derivada da *Art Nouveau* (Arte Nova) do fim do século XIX, a Arte Déco nasce oficialmente em 1925 em Paris na *Exposition Internationale des Arts Décoratifs et Industriels Moderns*. Desenvolvendo-se a par dos progressos tecnológicos e industriais, e do mesmo modo que a *Art Nouveau*, tinha como objetivo pôr fim à rivalidade entre arte e indústria¹⁰³.

Com esta aproximação à indústria, também a Arte Decó, e em particular as suas ilustrações, consegue atingir uma produção em massa. Devido ao rigor na sua simetria retilínea, a influência da Arte Déco no domínio gráfico afastou-se da ornamentação excessiva, ganhando uma postura mais rígida e sóbria¹⁰⁴. Parte do reconhecimento dos Anos Vinte como a “época de ouro” da ilustração, deve-se às ilustrações Déco de artistas como Georges Lepape (1887-1971), Helen Dryden (1882-1972), Umberto Brunelleschi (1879-1949) ou Léon Benigni (1892-1948). Muitos destes artistas colaboraram em revistas como a *Vanity Fair* (1913 -) e a *Vogue* (1892 -), para as quais ilustravam capas e artigos no interior, representando e difundindo um perfil do que seria uma mulher moderna semelhante ao que encontramos na revista portuguesa *ABC*.

Dos artistas cuja carreira desenvolveu este estilo de ilustração, George Barbier (1882-1932) pode ser considerado aquele que ficou reconhecido pelas ilustrações *pochoir* do período Déco. Semelhante a Brunelleschi, amantes do austero, também Barbier traçava as suas ilustrações ao mais delicado e harmonioso rigor¹⁰⁵. A linearidade geométrica do estilo Déco não se observa só no grafismo da letra e da composição decorativa, também se revela nos corpos das figuras, tipicamente femininas, que se apresentam numa silhueta verticalmente alongada e estreita. Esta característica física é particularmente acentuada pelo vestuário tubular, modelo popular do vestuário dos Anos Vinte, que elimina qualquer curva da fisionomia feminina.

¹⁰³ Hiller, Bevis. (1985). *Art Deco of the 20s and 30s*. New York: Schocken Books, p. 13.

¹⁰⁴ Hiller, Bevis. (1985). *Art Deco...*, p. 13.

¹⁰⁵ Martorelli, Barbara. (2008). «George Barbier 1882-1932». Em (Ed.) Martorelli, Barbara *George Barbier: The Birth...*, p. 25.

O destaque que a Arte Déco recebeu no universo da ilustração deveu-se também à sua associação com a moda, desenvolvida através do envolvimento de artistas ilustradores em revistas como a *Vogue*, ou nas ilustrações realizadas para coleções da alta-costura, como para Coco Chanel (1883-1971), ou os famosos álbuns de Paul Poiret (1879-1944) desenhados por Paul Iribe (1883-1935), solidificando um modo de representar a roupa como protagonista no corpo magro e alongado de figuras femininas. Desenhar a moda desta forma convocava uma imagem de luxo e ostentação visível e a mulher neste vestuário aparentava um estatuto social elevado, devido não só às linhas modernas, mas também porque a arte do desenho representava a riqueza do material, padrão, modelo e figura. Este ponto será revisitado com maior atenção quando realizarmos a análise da relação entre a moda e a “mulher moderna” nas capas recolhidas da *ABC*.

O mundo do grafismo e da ilustração também foi assinalado com o uso da cor. Segundo Margarida Fragoso, o uso da cor aplicado a diferentes meios (como a decoração, a pintura, o vestuário etc.) estava restrito a um número de cores, tons e texturas que representavam o gosto pictórico do fim do século. No período Déco, o uso da cor diversifica-se e os tons e as cores são cromaticamente mais fortes, mais opacas e bidimensionais, usufruíam da «máxima intensidade possível, representava[m] uma “declaração” de princípio [...] a “cor”, usada assim, tornou-se um claro indicador do “espírito dos tempos”»¹⁰⁶.

Falar de artistas como Barbier, Brunelleschi ou Lapepe, é falar na fusão de influências culturais que criam um estilo ilustrativo típico da Arte Déco. Das inúmeras influências que circulam transnacionalmente, foi a chegada dos *Ballets Russes* de Sergei Diaghilev (1872-1929) que maior impacto teve. Anunciavam uma «arte moderna, bizarra, exótica, adquiriu na Rússia uma intensidade estranha. Invadiu os teatros, transformou os figurinos e os cenários; [...] realizou decorações inéditas, prenhes de beleza, de originalidade»¹⁰⁷.

A fusão artística das performances dos *ballets russes* tiveram um impacto inovador devido à priorização que deram não só às coreografias, mas a tudo o que as complementa e, conseqüentemente, as eleva. Desde o cenário, para o qual muitos artistas modernistas radicados em França colaboraram, aos figurinos, que inspiraram uma nova criatividade ilustrativa – o panorama artístico não tinha ainda confrontado nada análogo a esta experiência performativa¹⁰⁸. O fenómeno foi sentido em Portugal, com a atuação dos *ballets russes* em Lisboa em 1917, ano que, embora fragilizado com o golpe sidonista, não impediu o esgotamento de bilhetes, a alegria de os ver em palco e a chegada do modernismo artístico na vida portuguesa.

¹⁰⁶ Fragoso, Ana Margarida de Bastos Ambrósio (2009). *Formas e Expressões da Comunicação Visual em Portugal: Contributo para o estudo da cultura visual do século XX, através das publicações periódicas*. Dissertação de Doutoramento apresentada à Faculdade de Arquitetura da Universidade Técnica de Lisboa, pp. 289-290.

¹⁰⁷ «Futurismo na Alemanha», *ABC*, 4.º ano, n.º 207, 03/06/1924, p. 7.

¹⁰⁸ Ver Bellow, Juliet, (2016) *Modernism on Stage: The Ballets Russes and the Parisian Avant-Garde*. Nova Iorque: Routledge, Taylor & Francis, pp. 1-22.

O impacto destes espetáculos no ocidente foi vincado pela criação de uma série de companhias que teriam por base o “modelo diaghileviano”, um modelo que em si já constituía uma fusão de influências que a companhia russa ia absorvendo das cidades por onde passava¹⁰⁹. Esta recolha de influências vindas de outros campos artísticos, de outros autores e regiões do mundo, apenas reforça o intercâmbio a que os Anos Vinte estavam sujeitos.

Perto do fim da década, os temas representados passam a ter menos ilustrações, a fotografia ganha mais predominância nas publicações – o que impedia o exercício criativo e imagético – e as ilustrações consequentemente perdem destaque e força, passando a representar temas mais conservadores. Poderá esta mudança ter sido consequência do condicionamento de censura prévia que se instala em Portugal, ou um natural desencadear da evolução da década e das suas manifestações? Seja como for, a sociedade portuguesa viria a habituar-se à companhia das revistas e jornais, antecipando que novidades seriam publicadas na futura semana.

4.2. A Leitura como Lazer da Mulher Moderna

Várias tentativas de modernizar Portugal foram feitas e, apesar de ser um país que caricatamente se diz estar “sempre atrasado”, tal não impediu a chegada da modernidade e consequente influência social e artística. Fosse visualmente ou literariamente, a imprensa distinguiu-se no papel de semear as tendências modernas. Num país com grandes áreas ruralizadas, com taxas de analfabetismo elevadas, é notório e impressionante o impacto que a imprensa terá a partir de finais do século XIX.

De um ponto de vista estatístico, em 1890, 32,6% dos homens e 41,0% das mulheres não sabiam ler nem escrever em Lisboa, percentagem que se altera anos mais tarde, sendo que em 1925 já se contariam cerca de 18,1% dos homens e 32,7% das mulheres analfabetos¹¹⁰. Tal decréscimo pode ser resultado da escolarização obrigatória e gratuita, condição declarada pela Constituição Republicana de 1911, ou pode dever-se à mudança dos hábitos de leitura, que se alteram em fins do século XIX, afirmando-se a sua prática como um «aperfeiçoamento cultural»¹¹¹. Paralelamente, é necessário ainda ter em consideração o desenvolvimento da imprensa jornalística durante o início do século XX, registando-se um elevado número de periódicos semanais e quinzenais na década de 1920. Podemos ver este desenvolvimento como gerador da integração de leitura no quotidiano, chegando a ser pouco mais de metade da população a saber ler no final da década¹¹².

Jornais e revistas eram difusores de atualidades e consumidos pela população. O desenvolvimento da imprensa nas primeiras décadas do século XX procurou chegar a variados públicos. Por um lado, a

¹⁰⁹ Castro, Maria João (2017). *O Essencial sobre os Ballets Russes em Lisboa*, Lisboa: Imprensa Nacional, pp. 31-32.

¹¹⁰ Pinheiro, Magda, (2012). «Lisboa Republicana». Em *Biografia...*, p. 296.

¹¹¹ Cascão, Rui. (2011). «Em casa: o quotidiano familiar» Em *História da Vida Privada...*, p. 229.

¹¹² Segundo Magda Pinheiro, em 1930, Lisboa contava com um registo de 592 000 habitantes dos quais 193 148 homens e 178 018 mulheres sabiam ler. Número este que acolhe mais de metade da população. Ver Pinheiro, Magda, (2012). *Biografia...*, pp. 296 e 305.

expectativa de apelar ao público masculino mantinha-se dominante. Por outro, a chegada do fenómeno do *magazine*, com a *Ilustração Portuguesa* em 1903, e, mais tarde a *ABC*, em 1920, mudou o género de conteúdos publicados.

4.2.1. “A madame prefere o *magazine* de moda ou o periódico feminista?”

Já foi retratado a condição da mulher durante esta época, distinguindo o arquétipo de “mulher moderna” que é aqui objeto de estudo, mas também o que a caracteriza. É certo que não cabe na presente redação abraçar todas as questões que se levantam sobre a condição da mulher a nível social, cultural, económico, político ou artístico. Desta forma, procura-se explorar apenas sumariamente algumas questões essenciais para contextualizar a leitura e análise das ilustrações recolhidas.

Dito isto, é imprescindível dedicar um breve espaço à esfera da mulher na imprensa periódica. Face à diversificação de periódicos que surgem neste século, como as dedicadas ao cinema, ao desporto, as revistas femininas são fenómeno datado do século anterior¹¹³. No século XIX, o domínio feminino no espaço privado era reforçado na expectativa de cumprir o papel de mãe, esposa e dona do lar excluindo as suas capacidades intelectuais e criativas. A vontade de entrar no espaço público manifestou-se no domínio literário, onde diversas mulheres se puderam expressar a respeito da sua condição de mulher¹¹⁴.

Do ponto de vista da imprensa feminista, ou seja, de conteúdo produzido por mulheres para mulheres e que se ocupavam da reivindicação da sua condição, nasce em 1849 a revista *Assembleia Literária*. Mais tarde, em 1868, surge *A Voz Feminina*, e, em 1883, *A Mulher*. O século XX viu surgir, em 1914, o *Boletim Oficial do Conselho Nacional das Mulheres Portuguesas*, que mais tarde, em 1917, será continuado como *Alma Feminina*¹¹⁵. Certas publicações não tinham só o objetivo de divulgar uma causa, mas instruir a mulher através desta exposição. Foram o caso de exemplos como *A Mulher Livre*, *A Mulher Portuguesa* e *a Educação Feminina*, que surgem em 1912 e 1913.

Como Teresa Salvador afirma, «nem toda a imprensa feminina se apresentava acomodada à imagem idealizado do “belo sexo”»¹¹⁶, ou seja, a produção de revistas de teor mais crítico à condição da mulher e, portanto, mais vincados na linha política, é representante de uma urgência da época. Por outras palavras, atenta-se a necessidade da divulgação de temas que ultrapassassem o típico conteúdo que reafirmava o preconceito da superficialidade dos interesses da mulher, como era o caso de temas ligados

¹¹³ Consta que datam do século XVIII os primeiros documentos redigidos por mulheres para a defesa do sexo feminino, como *Bondade das mulheres vendicada, e malícia dos homens manifesta* (1715), de Paula da Graça, e *Primeira Carta Apologetica, em favor, e defesa das mulheres* (1761), de Gertrudes Margarida de Jesus. Ver Coelho, Sónia e Fintes, Susana (2021). «Vozes femininas a favor da instrução das mulheres nos jornais oitocentistas: *A Assembleia Literária* e *A Voz Feminina*». *Revista de História da Sociedade e da Cultura*, 21, p. 242.

¹¹⁴ Ver Vaquinhas, Irene (2011). “*Senhoras e mulheres*” na sociedade portuguesa do século XIX. Lisboa: Edições Colibri, p. 46.

¹¹⁵ Ver catálogo Helena, M. e Cunha, R. Laranjeiro da (2002). «Os periódicos e a emancipação feminina». *FORUM Universidade do Minho*, 31, pp. 129-168.

¹¹⁶ Salvador, Teresa (2009). «Em torno dos periódicos femininos». *Cultura: Revista de História e Teoria das Ideias*, 26, p. 97.

à moda e à publicidade, reforçando o seu materialismo, ou ligados a crónicas de romance e sátira, reforçando a ausência das suas capacidades intelectuais.

Porém, algumas revistas, como a *Alma Feminina*, procuraram aliar ambos os conteúdos, o que proporcionava à leitora uma maior diversidade de temáticas a si destinadas e do seu potencial interesse¹¹⁷. Por um lado, a probabilidade de compra aumenta com a integração de artigos dedicados à moda, beleza e seio doméstico, uma vez que grande parte das leitoras teria maior interesse nesse conteúdo em comparação com temáticas político-feministas. Esta estratégia usada também pelas revistas ilustradas, como a *ABC* e a *Ilustração Portuguesa*, que não sendo estritamente revistas femininas, incluíam artigos deste tipo para chegar ao público feminino. Por outro lado, ao diversificar os artigos demonstrava-se como os interesses das mulheres eram multifacetados e, portanto, reforçava-se a necessidade da existência e produção da imprensa feminina.

Ainda assim, o domínio de revistas dedicadas à moda, beleza e domesticidade imperava. No Porto, em 1914, nasce a *Parisiana*; em Lisboa, no ano de 1915, surge *A Vida Elegante*, e, dois anos mais tarde, em 1917, surge a *Moda Elegante*. Já nos Anos Vinte, este tipo de periódicos expande-se com *A Rainha da Moda* e o *Figurino Português da Grande Moda de Paris*. Em 1925 surgem *A Moda* e a *Eva Magazine*. No fim da década, destaca-se a *Femina*, em 1926, e a *Voga* em 1927¹¹⁸.

O que quer isto dizer para a *garçonne*? O que lê a “mulher moderna”? Em primeiro lugar, parece natural assumir que, se se quisesse manter a par das novas tendências, optaria por consumir revistas que publicavam conselhos, imagens e novidades sobre esses temas. A *garçonne*, associada ao materialismo, era a consumidora ideal das revistas que investiam em artigos de moda, publicidade, beleza, higiene, bem como na agenda dos espetáculos de teatro e filmes de cinema mais recentes.

A leitura não era um hábito da maioria das mulheres. Mesmo com a taxa de analfabetismo feminino progressivamente a reduzir, a leitura continuava reservada àquelas que, para além de conforto financeiro e literacia, dispunham de tempo livre para o fazer.

No início da década de 1920 começaram a ser publicados artigos dedicados às novas tendências da aparência da mulher. Contudo, só em meados da década é que começaram a ser redigidos artigos destinados a comentar os hábitos de vida da “mulher moderna” como aqui a procuramos conhecer. As tendências mais modernas dos “Loucos Anos Vinte”, apesar de impactarem a década inteira a nível internacional, surgiram mais tarde em Portugal. Tal é notório na *ABC*, com a abundante publicação de artigos sobre «os tempos modernos» e as suas características mais estereotipadas entre 1925 e 1928.

¹¹⁷ Vale a pena reforçar que, o deperecimento que a imprensa feminina confrontava não seria só pelo conteúdo dedicado à moda e a questões domésticas, mas também a afirmação política era criticada. Teresa Salvador refere a vulnerabilidade da imprensa feminina, que rebaixava a produção de artigos como frívolos ou fúteis. Assim como, redar sobre temas políticos, era uma atitude imprópria da feminilidade. Compreende-se porque muitas colaboradoras, no início, mantinham-se anónimas ou protegidas por pseudónimos. Salvador, Teresa (2009). «Em torno dos periódicos...» p. 97.

¹¹⁸ Para uma consulta detalhada dos vários periódicos femininos portugueses ao longo das décadas, ver Salvador, Teresa (2009). «Em torno dos periódicos...». Anexo “A imprensa Feminista (1807-1974): lista de periódicos inventariados” pp. 108-115.

Não se quer com isto dizer que periódicos como a *ABC* ou a *Ilustração Portuguesa* fossem dirigidos especificamente às *garçonnes* portuguesas, até porque incluíam artigos que as diminuía e criticavam. No entanto, parece estratégico publicitar as tendências da moda e os hábitos de vida a que esta mulher adere, nem que fosse através das capas. Afinal, jornais e revistas procuram espelhar a atualidade.

A probabilidade de uma *garçonne* ler um periódico feminista era baixa, devido aos interesses não partilhados entre ambas. A *garçonne* surge, acima de tudo, como uma jovem que se quer divertir. Não fazia parte dos seus interesses refletir sobre questões políticas ou fazer reivindicações a propósito da condição feminina. O ponto que uniu *garçonnes* e sufragistas foi precisamente o questionamento do papel exclusivo da mulher na sociedade enquanto mãe e esposa – reagindo a este de forma distinta. No entanto, é possível que estejamos a falar de dois grupos pouco representativos do que seria uma mulher portuguesa nos Anos Vinte. A investigação não se debruçará sobre essa questão, porém, parece relevante referir que quando a revista *Eva*, com o *slogan* «Jornal da Mulher e do Lar» é publicado em 1925, esgota logo na sua estreia¹¹⁹. A *Eva* irá marcar a imprensa periódica feminina portuguesa, chegando a durar até 1989. Conseguiu criar o mais variado leque de interesses comuns das mulheres portuguesas, que, de acordo com as suas publicações, teriam muito mais em conta a condição da mulher no lar, do que fora dele. Não quer isto dizer que a *Eva* quieria confinar a mulher no seio doméstico, mas os seus artigos contribuíram para o seu reconhecimento e papel valorativo, no contexto do Estado Novo, quando se assiste ao esforço de solidificar o seu papel doméstico.

Podemos questionar se o sucesso de uma revista como a da *Eva* seria representativo da mulher portuguesa e dos seus interesses. A *ABC* publicava conteúdos ligeiramente diferentes, continuando a ter uma popularidade significativa entre o público feminino. Além das suas capas, o conteúdo variava com rúbricas dedicadas às novas coleções de moda ou conselhos de beleza. Para os Anos Vinte, e para o novo modelo de mulher moderna, a *ABC* era uma revista de interesse.

¹¹⁹ Gomes, Tânia Vanessa Araújo (2011). *Uma revista feminina em tempo de Guerra: O caso da “Eva” (1939-1945)*. Dissertação de mestrado em História Contemporânea: Economia, Sociedade e Relações Internacionais, Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, p. 7.

PARTE II – ANÁLISE VISUAL DAS CAPAS DA ABC

5. *ABC – Revista Portuguesa: “Às quintas-feiras leitura ilustrada para todos”*

5.1. O Novo Semanário Ilustrado, de Lisboa para o Mundo

Os Anos Vinte são vistos como a “época de ouro da ilustração” e, diríamos também, “época de ouro da imprensa” ou, pelo menos, da revista ilustrada. Abordar-se-á de seguida aquela que se tornou a pedra basilar das revistas ilustradas da década a nível nacional, a *ABC, Revista Portuguesa*, percorrendo alguns aspetos como a história da revista, o tipo de artigos e notícias, tiragem e outras questões pertinentes para a caracterização deste *magazine*.

Nascida em Lisboa no ano de 1920, sob a direção de Rocha Martins (1897-1952) e Minon Anahory, e a edição de Fausto Vilar, este semanário tornou-se uma das revistas mais populares da época. Na sua primeira edição a 15 de julho, a *ABC* pública na contracapa um comunicado aos seus leitores, agradecendo a receção inicial: «O êxito [da] *ABC* (revista portuguesa) foi muito além do que podíamos esperar, excedem todos os cálculos, ultrapassando a melhor expectativa»¹²⁰.

O comunicado, à partida, daria a impressão de que talvez não se tratasse da “primeira publicação”. Porém, a estratégia da *ABC* foi a de “testar as águas”. Foram, primeiramente, imprimidos 93.714 exemplares, distribuídos gratuitamente «por pessoas de todas as classes sociais»¹²¹. Cada um destes exemplares era acompanhado de um boletim postal, questionando se «os destinatários desejavam assinar [a] *ABC*»¹²², cabendo ao leitor responder com um simples “sim” ou “não”. Ao que parece, foi recebida uma avalanche de respostas positivas, motivando a publicitação d’«o entusiasmo com que o público acolheu [a] “*ABC*” os incitamentos que de toda a parte chegaram, [os] animaram, lhes deram alentos»¹²³.

No primeiro número oficial, é estampada na primeira página uma fotografia do ministro dos Estados Unidos, com a esposa e o comandante Dorsay, intitulada “Na legação dos Estados Unidos em Lisboa”. A captura fotográfica foi realizada «especialmente para [a] *ABC*, tendo sua excelência brindado pelas prosperidades da nossa revista nesse dia de grande julho»¹²⁴. Esta escolha indicia que a *ABC* se propunha a cobrir diferentes aspetos, contando com boas relações com figuras de relevo na sociedade lisboeta. A afirmação destes elos e diversidade informativa demonstrava uma postura confiante e otimista da *ABC*. Afinal, no seu comunicado, garantem estar «preparados, com oficinas próprias instaladas com todos os aperfeiçoamentos modernos»¹²⁵.

¹²⁰ «A Todos», *ABC*, 1.º ano, n.º 1, 15/07/1920, (contracapa).

¹²¹ «A Todos», *ABC*, 1.º ano, n.º 1, 15/07/1920, (contracapa).

¹²² «A Todos», *ABC*, 1.º ano, n.º 1, 15/07/1920, (contracapa).

¹²³ «*ABC*», *ABC*, 3.º ano, n.º 117, 12/10/1922, p. 9.

¹²⁴ *ABC*, 1.º, n.º 1, 15/07/1920, p. 1.

¹²⁵ «A Todos», *ABC*, 1.º ano, n.º 1, 15/07/1920, (contracapa).

Na sua estreia, a *ABC* cobrava um preço de 30 centavos, mas face aos aumentos das taxas postais vê-se obrigada a aumentar, em 1921, para 50 centavos. A subida de preço reflete-se em todas as regiões para onde o periódico era enviado: continente, ilhas, colónias e estrangeiro¹²⁶. Em 1922, a *ABC* aumenta de novo o preço, pelo que a 12 de outubro é anunciada a subida para 1 escudo. O custo de vida continuava a subir ao longo da década e, em 1924, a *ABC* anuncia uma nova subida de preço, para 1\$50 escudos a partir do dia 5 de junho, reafirmando: «preço não paga o seu valor; em todo o caso este aumento vem atenuar os enormes prejuízos que estamos suportando quase desde o início da publicação [da] “ABC”»¹²⁷.

O sucesso da revista confirma-se no confronto com o número de assinantes, contando com 7311 assinantes nos primeiros três meses da sua estreia. Porém, aquilo que melhor ilustra o sucesso, é a expansão editorial. Em 1921, anunciava-se a chegada do *ABC-zinho* – revista ilustrada para crianças, por iniciativa do professor Manuel Oliveira Ramos (1862-1931) e do arquiteto Cottinelli Telmo (1897-1948), com a edição de Carlos Ferrão (1898-1979), que iria alcançar um sucesso enorme em Portugal e no estrangeiro. No mesmo ano, lançava-se também o *ABC a Rir*, semanário dedicado ao humor e à sátira, dirigido por Jorge Barradas e Stuart Carvalhais, artistas da geração modernista e nomes destacados nas colaborações ilustrativas para a *ABC*.

Em 1921, constata-se a publicação de anúncios que publicitavam a disponibilidade para encadernar as capas da *ABC*. Não se compreende bem, segundo esta publicidade, se as capas da *ABC* seriam vendidas em separado, e por isso poderiam ser encadernadas, mas na consulta dos exemplares físicos tal não parece evidente. Contudo, a *ABC* divulgava que para quem fosse assinante e estivesse «dentro das condições estabelecidas» as capas seriam um «brinde» de oferta. Se as capas eram oferta, encaderná-las à revista era um trabalho extra, dependente de uma taxa. Os que encomendavam as capas pagavam 50 centavos pelos portes de correio. Já aqueles que queriam as capas encadernadas, pagariam 3\$00 escudos pelo serviço¹²⁸.

Desta informação, podemos deduzir algumas conclusões a respeito das capas da *ABC*. Por um lado, por serem ilustrações exclusivas de autores modernistas, poderiam ser vendidas separadamente como um “objeto artístico”. Aqueles que tivessem interesse na capa, fossem admiradores do artista, ou admiradores da vedeta fotografada, poderiam assim colecionar este “brinde” exclusivo da *ABC*. Por outro lado, a capa pode servir como um produto de *merchandise* da *ABC*, uma forma de patrocinar, não só os artistas que colaboravam, mas também a editora por meio do negócio de encadernação, gerando mais lucro e popularidade para a revista. Neste sentido, as capas da *ABC* apresentam-se como objetos de

¹²⁶ Uma breve distinção dos preços: Na região continental 3 meses equivalia a 13 números pelo preço de 6\$00 esc; 6 meses equivalia a 26 números e 12\$ esc; 12 meses equivalia a 52 números e 24\$. Nas Ilhas seriam os mesmos números aceitando-se apenas assinaturas de 6 ou 12 meses. Na região do continente africano só se aceitariam assinaturas anuais a 27\$ esc. E na região estrangeira assinaturas semestrais equivaliam a 18\$ esc. E as anuais a 36\$ esc. Ver «“ABC” aos seus assinantes e leitores», *ABC*, 2.º ano, n.º 49, 16/06/1921, p. 21.

¹²⁷ «ABC», *ABC*, 4.º ano, n.º 201, 22/05/1924, s.p. (folheto entre pp.8-9)

¹²⁸ «As lindas capas para encadernar o “ABC” já estão prontas», *ABC*, 2.º ano, n.º 57, 11/08/1921, p. 4.

admiração e popularidade, impulsos da criatividade que a revista ilustrada tinha para oferecer à imprensa. O alcance geográfico da *ABC* crescia a uma velocidade rápida. No ano de 1921, havia agentes da *ABC* no Porto e na Covilhã, mas também em Madrid, Paris, Londres, Luanda e Rio de Janeiro. No quinto ano do *magazine* (1925), foram anunciados futuros progressos, como melhoria e sofisticação da gráfica, e novas secções de leitura de variados temas, tanto para os leitores, como para as leitoras. Podemos supor que este crescimento editorial surge tanto pelo compromisso de melhorar o aspeto gráfico, mediante a qualidade de impressão, redação e ilustração, o que resultaria numa leitura mais prazerosa, como pela aposta na expedição para fora do país.

Não foi possível apurar uma estimativa do número total de leitores, mas deduzimos quer pelos diversos anúncios, quer pela subida de preço, quer pelos comunicados de publicações futuras, que a *ABC* teria atingido um diversificado leque de interessados. A sua popularidade também se confirma na criação de produtos, como o *ABC-zinho* e do *ABC a Rir*, pois demonstram que haveria espaço para a diversificação de produtos que procurariam ir ao encontro de novos públicos explorando outros filões, não havendo espaço suficiente para abordar estes temas humorísticos e infato-juvenis nas cerca de 25 páginas que em média eram publicadas semanalmente.

Contudo, quando a revista afirmava ser distinta porque chegava a um diversificado público, reafirmava simultaneamente o seu conteúdo orientado para as temáticas mundanas e culturais, embora publicasse desde o início artigos sobre questões políticas, fossem de âmbito nacional, acompanhando a sucessão de golpes que destabilizavam uma fragilizada I República, fossem questões políticas estrangeiras, como quando, entre 1925 e 1926, supostamente enviou o “Repórter X”, pseudónimo de Reinaldo Ferreira (1890-1935), ao “país dos *soviets*” para enviar novas sobre a revolução na Rússia, embora este nunca tivesse abandonado Paris, de onde reportava as notícias recebidas do confronto político¹²⁹. De qualquer modo, estas crónicas do “Repórter X” ganharam enorme destaque e as capas desses números passariam a remeter para o tema. Esta aposta de conteúdo variado e num público diversificado poderá ter sido a sua receita para o sucesso. Como o próprio *slogan* da revista anunciava, «às quintas-feiras [havia] leitura ilustrada para todos».

A mulher moderna que constitui o nosso objeto de estudo, embora protagonizasse muitas das capas, não seria o exclusivo público-alvo do *magazine*. A *ABC* tinha, contudo, um leque extenso de leitoras, fenómeno que se reflete no gradual espaço dedicado à publicação das “Confidências Femininas”, que mais tarde foram inundadas por publicidade dirigida à mulher que desejasse ser moderna, assim como pela criação da secção “Modas do ABC”, em que se discutiam as novas tendências de vestuário e aparência moderna.

Raramente a *ABC* dedicava espaço ao lar e à domesticidade, priorizando temas sobre mulheres vedetas, mulheres belas ou mulheres da dinastia monárquica estrangeira, bem como, obviamente,

¹²⁹ Ver Sousa, Pedro Jorge e Teixeira, Patrícia, (2018). «Repórter X – Uma Revista Sob Pseudónimo». *Notícias em Portugal*, ICNOVA – Instituto de Comunicação da NOVA, Tabela 1 – «Algumas “Reinaldices” do “Repórter X”», p. 261; Magalhães, Paula Gomes (2021). *Os Loucos Anos 20...*, p. 101-102.

mulheres modernas. A *ABC* falava de moda, falava de política, falava de teatro e cinema, de clubes, cafés e restaurante, de desporto, automóveis e outras atualidades. Podemos classificá-la como um periódico semanal de atualidades, com foco em temas da sociabilidade e mundanidade e cultura portuguesa, sobretudo moderna.

5.2. “Breviário de Beleza” e Outras Confidências para as Leitoras

Partindo de afirmações que identificavam como público-alvo “a população portuguesa” e “de todas as classes sociais”, podemos especular que a *ABC* procurava ser uma revista ilustrada que chegava ao maior número de leitores possível. A *ABC* não era, portanto, um semanário exclusivamente dedicado ao público feminino, o que não significa que grande parte da sua atenção não estivesse direcionada para esse mesmo público. Com o sucesso da emergência de periódicos femininos e o protagonismo da figura da mulher moderna na esfera pública, o público feminino tornou-se alvo de grande interesse. Assim, a *ABC* assegura que «vai dedicar atenção a tudo a que interessa as senhoras, modas, elegâncias, trabalhos manuais, conselhos gerais sobre higiene e beleza das senhoras, culinárias, etc.»¹³⁰. Considerar-se-á neste ponto como a esfera feminina foi integrada na *ABC*, as suas redatoras, publicidades e rubricas semanais.

A revista *ABC* desde o início conta com a colaboração de mulheres, ou pelo menos com artigos assinados com nomes femininos. Certamente, a esmagadora maioria da equipe do periódico era constituída por homens, mas já existiam mulheres a trabalhar na imprensa periódica. Este reconhecimento é importante por dois motivos. Primeiro, é exemplificativo da época, uma vez que um maior número de mulheres entram na esfera do trabalho e desempenham profissões fora de casa, como professoras, médicas, enfermeiras, datilógrafas, telefonistas, e escritoras na imprensa¹³¹. Segundo, é ilustrativo de como a *ABC* não se mostrava receosa de abraçar os novos tempos e tendências, nem de deixar a colaboração de mulheres num periódico novo, que, para todos os efeitos, se afirmava moderno.

As redatoras mais conhecidas, autoras de vários dos artigos que contribuíram para a imagem da “mulher moderna” em Portugal, foram Beatriz Dante, Beatriz Delgado (1900-?), Miriam (Maria Guilhermina Rio de Carvalho) e a Triska. Todavia havia outras que muito se destacaram entre as leitoras com os seus artigos para o “Modas do *ABC*”, como a Nelly (Maria Augusta Forjaz Trigueiros 1888-?), M. Mallice, M. Le Sourire, e a Madame Dentelle¹³². No caso da última, o enormíssimo sucesso dos conselhos de beleza da M. Dentelle e o elevado número de cartas que a autora recebia, levaram o *ABC* a desenvolver uma secção de beleza e moda, criando nos seus escritórios a “Secção de Produtos de Beleza”.

¹³⁰ «Aos nossos leitores e amigos “ABC”», *ABC*, 5.º ano, n.º 246, 02/04/1925, p. 20.

¹³¹ Vaquinhas, Irene (2021) «Quando a Gordura Começou a deixar de ser Formosura... Os Caminhos de um Novo Paradigma Estético nos Finais do Século XIX – Inícios do Século XX». Em *Coquettes, Doutoradas e Outras: História das mulheres em Portugal séculos XIX e XX*. Lisboa: Edições Colibri, p.41.

¹³² Quere-se reforçar que estes nomes eram com grande probabilidade pseudónimos e que a disponibilização de informação e biografia destas mulheres é nula nos meios de pesquisa.

Ao folhear a revista *ABC* desde 1920, deparamo-nos com vários anúncios que apostavam na figura da mulher para venda de produtos, como o creme depilatório *Taky*¹³³, ou o uso da *Gillette*, essencial à mulher que usava o cabelo tão curto que descobria a nuca¹³⁴. São publicados conselhos de produtos radioplásticos para eliminar rugas e outras “imperfeições”¹³⁵, encontramos nos anúncios de automóveis uma *garçonne* desenhada ao lado do moderno carro¹³⁶, até a publicidade dos doces *SIC* poderiam ser uma das capas com “mulheres modernas” da *ABC*¹³⁷. Os anúncios publicitários não só eram destinados às mulheres que queriam ser modernas, mas recorriam à imagem da “mulher moderna” para representar e promover o produto que procuravam vender, passando assim a mensagem de que o produto era aprovado e se destinava a esse tipo específico de mulher.

Outra secção dedicada ao público feminino era as “Confidências Femininas”, presentes desde o primeiro número da revista. Esta rubrica semanal, que ocupava sempre as últimas páginas, tem particular interesse por ser um momento de interação com as leitoras, que podiam escrever cartas a dar e a pedir conselhos, interagindo com as redatoras da revista. Esta secção foi, por um lado, campo fértil para a crescente publicidade a produtos e dicas de beleza, moda e higiene, mas por outro, também um espaço de intimidade e sentido de irmandade entre o público feminino que procurava estar a par das tendências modernas¹³⁸.

O crescente sucesso da indústria de cosméticos e dos novos figurinos na moda moderna dá azo a que as autoras destes artigos solidifiquem a sua imagem como mais do que meras redatoras, conferindo autoridade às suas opiniões e sugestões aos olhos das leitoras portuguesas, que as seguem e nelas confiam. Este fenómeno pode ser exemplificado com o “Breviário de Beleza” descrito como «o verdadeiro livro da mulher»¹³⁹. Este livro, publicado em 1925, era assinado por uma das redatoras da *ABC*, Miriam, pseudónimo de D. Maria Rio de Carvalho, uma mulher da elite, que afirmava conhecer bem a «delicadeza e sensibilidade do espírito feminino»¹⁴⁰. As leitoras confiavam nos conselhos de Miriam, pois a autora era um exemplo de mulher que as mesmas estimavam e aspiravam ser. Na compra deste livro, as mulheres portuguesas receberiam um compêndio

de conselhos sábios [...] as subtilezas de que se deve servir para a conquista do homem amado, quais devem ser os cuidados higiénicos para a conservação da sua mocidade, da sua frescura, da sua beleza¹⁴¹.

¹³³ “Como fazer Desaparecer os Pêlos Superfluos” *ABC*, 6.º ano, n.º 317, 12/08/1926, p. 22.

¹³⁴ “Já Pensou na Enorme Comodidade da Gillette?” *ABC*, 6.º ano, n.º 290, 04/02/1926, contracapa.

¹³⁵ “Productos de Beleza Radioplásticos” *ABC*, 2.º ano, n.º 50, 23/06/1921, p. 25.

¹³⁶ “PACKARD” *ABC*, 1.º ano, n.º 11, 23/09/1920, p. 11.

¹³⁷ *ABC*, 2.º ano, n.º 77, 29/12/1921, contracapa.

¹³⁸ Apesar de se assumir que as “Confidências Femininas” eram uma coluna para todos os efeitos publicitária, entre leitoras e autoras, nada confirma que as mulheres que enviavam estes “conselhos de produtos” fossem de facto leitoras reais, podendo tratar-se apenas nomes inventados para vender um produto.

¹³⁹ *ABC*, 6.º ano, n.º 282, 10/12/1925, p. 25.

¹⁴⁰ *ABC*, 6.º ano, n.º 282, 10/12/1925, p. 25.

¹⁴¹ *ABC*, 6.º ano, n.º 280, 26/11/1925, contracapa.

Apesar do livro ser anunciado como uma oferta de agradecimento à fidelidade das leitoras e assinantes da *ABC*, apenas seria facultado àquelas que se deslocassem pessoalmente aos escritórios do *ABC*, na Rua do Alecrim. As que preferissem receber o livro por correio, teriam de pagar 1 escudo para cobrir os custos do envio.

5.3. As Capas da Revista *ABC* entre 1920-1927

Após a apresentação do semanário *ABC*, um pouco da sua história, dos seus redatores e artistas colaboradores, o presente capítulo avança para o segmento mais empírico da investigação, interpretando e analisando as capas dentro do período definido (1920-1927).

Este primeiro ponto aborda o processo de recolha do *corpus* de uma forma explicativa, a fim de se compreender a rota realizada para chegar à análise das imagens. O ponto seguinte, centra-se nos critérios de exclusão da primeira recolha, critérios que solidificaram o *corpus* final das “mulheres modernas” nas capas da *ABC*.

5.3.1. Construção do *corpus*: processo de levantamento

O primeiro passo de recolha do *corpus* consistiu na consulta cronológica da revista, com o fim de obter uma visão geral do conteúdo, temas, qualidade, entre outros, desta publicação. Não existe muita informação sobre a *ABC* disponível e a nível científico e académico pouco se escreveu sobre este periódico. A disponibilização das capas, digitalizadas em alguns catálogos e publicadas esporadicamente a propósito dos seus autores ou temáticas que focam, não dispensa a consulta presencial do suporte material, de forma a contactar com uma coleção completa e devidamente identificada. A consulta física da revista *ABC* foi realizada na Hemeroteca Municipal de Lisboa, com o objetivo de recolher uma impressão geral sobre as diferentes temáticas das capas. Logo nesta primeira consulta confirmou-se a tónica nas representações de figuras femininas com um conjunto de características específicas que as aproximavam. A segunda consulta de recolha teve como objetivo a digitalização das imagens¹⁴².

Num processo de recolha de uma série extensa é fundamental implementar um sistema de organização pessoal que facilite a organização, consulta e análise. Foi então criado um ficheiro com a identificação de cada capa recolhida (com número de edição da revista, data de publicação, e outros dados relevantes), dividido por anos (entre 1920-1927), de forma a facilitar uma comparação visual rápida detetando possíveis evoluções ou padrões representativos nas imagens, e criando assim categorias significativas que permitissem sistematizar e quantificar esses aspetos.

¹⁴² A única capa que não fora recolhida na Hemeroteca foi a 2.º ano, n.º 84 (consultar anexo A), pois o exemplar exibía uma imagem a preto e branco, possivelmente por deterioração do original. A imagem recolhida foi obtida na obra biográfica de Valdemar, António, (1985). *Jorge Barradas*. Lisboa: Edição da Galeria S. Mamede.

Tratou-se de uma fase experimental, procurando dar espaço à observação das capas, de modo a perceber que aspetos chamavam a atenção para os poder registar e guardar para futura análise e interpretação. Gillian Rose afirma que, quando se analisa conteúdo, a percepção pessoal é relevante, apesar de poucos autores a valorizarem. Segundo a autora, uma imagem tem efeitos particulares no observador, que podem não coexistir na percepção de outro observador¹⁴³. Logo, não se deve ignorar as impressões e detalhes que surgem, uma vez que podem trazer novas revelações e signos que valerá a pena explorar, quando outros não o pensariam fazer. Este é um dos incentivos que motivam a criação de critérios de análise pessoal, em vez que se recorrer a um sistema já desenhado e organizado por terceiros: ao optar por dar espaço à intuição crítica e observativa, abrem-se novos caminhos à investigação.

Esta primeira organização resultou em cerca de dez categorias de análise que se apresentaram como relevantes para a descrição e análise da representação da “mulher moderna” nas capas da *ABC*, e que serão mais à frente ramificadas em detalhe. As tipologias de análise foram sendo ampliadas no seguimento da revisão da literatura, com o confronto entre as representações publicadas pela *ABC* e o seu contexto histórico e cultural de produção. As dez categorias foram sendo reavaliadas e alteradas, de forma a ampliar as tipologias e a averiguação de possíveis novos aspetos caracterizadores das “mulheres modernas” da *ABC*. Seguindo de novo as propostas de Gillian Rose, procurou-se colocar questões. Por exemplo, uma categoria abrangente como “Corpo” não permite aprofundar muito a análise, uma vez que cria ambiguidade. Para evitar que tal suceda, é necessário especificar o que se pretende analisar quando se refere “Corpo”: Magreza do corpo? Em que pose o corpo de encontra? Numa pose passiva? Numa pose considerada sedutora? Que tipo de vestuário apresenta? Como se caracteriza? Como influencia o corpo desta mulher a sua representação? Estes são alguns exemplos de como proceder a este *brainstorm*¹⁴⁴.

Como resultado foram elaboradas quatro tabelas:

Uma tabela dedicada ao cenário e às atividades representadas na composição, na procura das tendências do estilo de vida da “mulher moderna” da *ABC* (consultar Anexo B.4. Cenário e Atividades). Uma segunda tabela focada apenas na mulher, a sua figura na composição, explorando o seu perfil, o rosto e os potenciais traços descritivos da sua personalidade (consultar Anexo B.1. Figura da mulher na composição).

A análise da aparência física foi dividida em duas tabelas. Uma primeira dedicada à sua aparência no geral, procurando aferir a tendências mais predominantes do seu visual, desde o cabelo às peças de roupa (consultar Anexo B.2. Aparência da “mulher moderna” – corpo). A segunda, dedicada à aparência mais detalhada, como a maquilhagem e os acessórios (consultar Anexo B.3. Aparência da “mulher moderna”

¹⁴³ Rose, Gillian (2016) “«The Good Eye»: Looking at Pictures Using Compositional Interpretation” Em *Visual Methodologies...*, p. 56.

¹⁴⁴ Ver Rose, Gillian (2016) “Semiology: Laying Bare the Prejudices: Beneath the Smooth Surface of the Visible” Em *Visual Methodologies...*, pp. 115-116.

– detalhe). Estas duas tabelas permitem uma comparação com a figura da *garçonne*, procurando a sua distância ou proximidade visual.

5.3.2. Construção do *corpus*: critérios de exclusão

A primeira recolha reuniu 281 capas, guiada pelo critério de recolher todas as capas que incluíssem mulheres. A primeira observação constatou que não havia somente um tipo de mulher representada nestas imagens.

O foco da investigação na “mulher moderna” determinava que não se poderia incluir todas as capas, uma vez que nem todas apresentavam “mulheres modernas”, isto é, de acordo com um modelo popularizado internacionalmente e conhecido como *garçonne* ou *flapper*. Era, portanto, necessário estabelecer critérios de exclusão para aprimorar o *corpus* final. Determinar apenas que a mulher da capa não representava uma “mulher moderna” pode, porém, correr o risco de parecer redutor, tornando-se necessário sistematizar as razões que guiaram a classificação de “não modernas”. Concluem-se seis possíveis motivos de exclusão:

O primeiro critério considerou a temática religiosa. Apesar da modernização e republicanismo português, a religiosidade continuava a fazer parte da identidade e hábitos da nação, nomeadamente a celebração dos feriados anuais mais importantes. Nas capas da *ABC*, os temas religiosos ganham destaque no período da Páscoa e do Natal. No entanto, estes temas apenas constituem 10% das 40 capas excluídas, um número baixo comparado a outros critérios de exclusão.

A única imagem de carácter religioso que foi considerada corresponde à ilustração da capa do 1.º ano, n.º 24, da autoria de Jorge Barradas, que apresenta o Menino Jesus nos braços de Nossa Senhora. Apesar do Menino se apresentar nu como típico da sua iconografia, a Nossa Senhora é representada com traços de *garçonne*, com algum teor exótico devido ao turbante, revelando ainda assim o cabelo curto e uns lábios fortemente pintados que se destacam no rosto. De forma paradoxal face ao tema, esta ilustração releva, possivelmente, uma das melhores representações de uma *garçonne* estereotipada.

O segundo critério de exclusão considerou os temas rurais, folclóricos ou bucólicos, significando uma maior percentagem das capas excluídas, chegando quase a metade com 42,5%. A classificação incluí qualquer representação da vida no campo, da venda de alimentação vegetal, a exibição de vestuário tradicional, ou algo que uma “mulher moderna” e urbana não usaria.

Na linha deste critério, excluíram-se as capas que apresentavam temáticas pré-modernistas, chegando estas a 27,5% das capas excluídas. Este terceiro critério distingue-se do anterior pelo pendor historicista, uma vez que estas capas da *ABC* representavam algumas imagéticas do passado, recorrendo a períodos como o século XVIII e inícios do século XIX. Já no critério dos temas rurais, não há pistas que garantam o período histórico a que se reportam as imagens, sendo possível estar a ser representada o mundo e a vida rural da década de 1920, em contraste com a cidade.

O quarto critério considerou as referências a intersecções culturais, uma vez que estas também surgem eivadas de uma imagética tradicionalista. Sabendo que os Anos Vinte, e, o período Déco, são

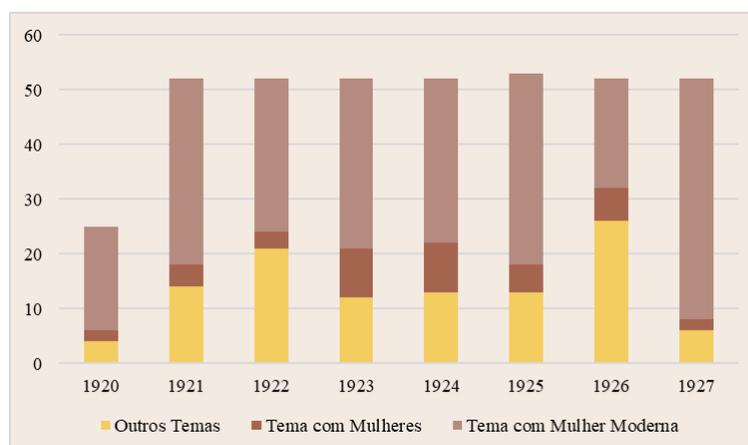
influenciados pelo intercâmbio cultural, o fenómeno é notório nas capas que recorrem a influências de culturas estrangeiras. Totalizando apenas 7,5% das capas, este motivo temático não é dos mais significativos ou comuns. No entanto, foram identificadas algumas representações de figuras femininas estereotipadas de acordo com a região e cultura que procuram evocar, como é exemplo uma mulher da Ásia Oriental, vestida de *kimono*, com a caligrafia do título e preço da revista desenhados de forma a aludir aos caracteres asiáticos¹⁴⁵. O mesmo se pode observar para outras regiões como o Egito ou a Índia.

Foram ainda excluídas as representações de crianças, uma vez que a “mulher moderna”, apesar de jovem, é já autónoma. Não era comum apresentar crianças, apesar de algumas capas de teor imagético e religiosos optarem por anjos segundo a iconografia ocidental. No total, este tema significou cerca de 7,50% das capas excluídas.

A última categoria, que totaliza 5% das capas excluídas, inclui temas que não se classificam em nenhuma dos anteriores critérios. Tais capas, apesar de mostrarem “modernidade” no tema, não servem propósito analítico à análise da investigação¹⁴⁶.

Uma vez que a *ABC* era um semanário, são anualmente publicados 52 números, com a exceção do primeiro ano em 1920, que conta com 25 números, e 1925, com 53 números. Deste total, constata-se que a tendência de integrar a figura da mulher na capa é significativa. Nos sete anos abrangidos na investigação, observa-se ainda a tendência para representar “mulheres modernas”, sendo este o modelo eleito para a grande maioria das capas.

Gráfico 5.3.1. Temas das capas da ABC



Destaca-se como exceção o ano de 1926, que apresenta um número menor de capas com representações de mulheres face ao total, talvez pelas circunstâncias políticas, nacionais e internacionais, que condicionaram a temática das capas, por uma opção da revista com o intuito de diversificar e captar novos públicos.

¹⁴⁵ *ABC*, 4.º ano, n.º 176, 29/11/1923, ilustração de Emmerico Nunes.

¹⁴⁶ A tabela que expõe estes critérios com detalhe pode ser consultada em Anexo C. – Capas excluídas e critérios de exclusão.

5.3.3. Breve apresentação aos principais artistas colaboradores

Considerando todo o *corpus* inicialmente recolhido, sem aplicar ainda qualquer critério de exclusão às capas que incluíam representações de figuras femininas, consta-se imediatamente a predominância de ilustrações assinadas por três artistas que colaboraram intensamente com a *ABC* durante o período em investigação. A fotografia, durante esta época, ainda não era vista como um *medium* artístico merecedor de autoria criativa, logo não consta informação do(s) fotógrafo(s) responsáveis por algumas capas.

Jorge Barradas (1894-1971), Stuart Carvalhais (1887-1961) e Emmerico Nunes (1888-1968) formam a tríplice da autoria gráfica das capas da *ABC*, especialmente durante a década de 1920. Ainda assim, apesar da esmagadora maioria das capas serem da autoria destes três ilustradores (especialmente Barradas), a *ABC* contou com a participação de outros nomes, como Roberto Nobre (1903-1969), Amarelhe (1889-1946) e Else Althausse (1898-1936). Apesar do menor número identificados no nosso *corpus*, estes não deixam de dar o seu contributo na gráfica e imagética ilustrativa manifestada pela revista, embora, como Maria Theresa Lobo afirma, o seu trabalho relevasse temas e ideias pictóricas menos interessantes¹⁴⁷.

Como se pode observar na tabela abaixo, a diferença de capas produzidas entre uns e outros é notória, sendo que Barradas, Emmerico e Stuart dominam a produção¹⁴⁸.

Tabela 5.3.1. Autoria das capas ilustradas (1920-1927)

Artista	Ano								Total	
	1920	1921	1922	1923	1924	1925	1926	1927		
Jorge Barradas	8	6	14	9	15	10	11	38	111	52%
Stuart Carvalhais	7	10	2	2	-	-	-	-	21	10%
Emmerico Nunes	-	1	2	10	6	1	4	1	25	12%
Else Althausse	-	-	-	-	1	1	1	1	4	2%
Roberto Nobre	-	1	-	-	-	1	1	-	3	1%
Américo Amarelhe	-	1	-	-	-	-	-	-	1	0%
Belmonte	-	-	-	-	1	1	-	-	2	1%
Domingos Rebelo	-	-	-	-	2	-	-	-	2	1%
Autor Desconhecido	5	16	7	7	2	5	4	-	46	21%

Jorge Nicholson Moore Barradas nasceu em Lisboa no dia 16 de julho de 1894. A sua carreira na história de arte portuguesa distingue-se em várias áreas, como a pintura, o desenho (cartazista e humorístico) e, mais tarde, enquanto ceramista.

Segundo a biografia escrita por António Rodrigues, quem realmente introduziu o jovem Barradas ao mundo artístico foi Joaquim Guerreiro (1886-1941), diretor *d'A Sátira* (1911-?), que o leva à *Brasileira* do Chiado, integrando-o mais tarde no emergente Grupo dos Humoristas Portugueses onde

¹⁴⁷ Lobo, Maria Theresa Figueiredo Beco de (1998). *Para o estudo da ilustração e do grafismo em Portugal: Publicidade, moda e mobiliário (1920-1940)*. Vol. 1. Dissertação de Mestrado em História da Arte Contemporânea, apresentada à Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa, p. 130.

¹⁴⁸ O total apresentado considera apenas às 281 capas ilustradas com mulheres entre os anos de 1920-1927. O número 281 não corresponde ao número total de capas entre estes sete anos.

se estreavam os «novos», que em breve realizariam a sua primeira exposição, na qual também Barradas participou¹⁴⁹.

Em 1919, decidiu fundar, em conjunto com Henrique Roldão (1893-1926), o suplemento satírico quinzenal *O Riso d'A Vitória*, onde contou com a colaboração artística de nomes como Almada Negreiros e Stuart Carvalhais. O trabalho gráfico e moderno de Barradas irá expandir-se durante a década de 1920, investindo mais no desenho colaborativo e publicitário em *magazines*, e na pintura com cenografias decorativa de clubes noturnos e palcos da revista¹⁵⁰.

Foi nas revistas que Barradas melhor destacou o seu trabalho enquanto ilustrador, com a sua colaboração em revistas como a *Ilustração*, o *Sempre Fixe*, *O Século*, a *Contemporânea*, o *Diário de Notícias*, o *Magazine Bertrand*, e o *ABC a Rir*, do qual foi diretor artístico. Em especial, a sua participação na *ABC* é relevante, uma vez que o seu trabalho contribuiu para a construção da imagem identitária desta revista ilustrada, que rapidamente se cimentou na imprensa portuguesa e cosmopolita¹⁵¹.

O seu trabalho contribuiu ainda para difundir representações da vida moderna na sociedade portuguesa, através dos temas abordados nas suas ilustrações. Nomeadamente para representar a figura da mulher ao estilo da Arte Déco, Barradas foi inspirado por George Barbier, a representar «o tipo de “femme fatale” [...] em corpos esguios com rostos de altivo perfil, vestidos ao sabor oriental em moda, no estampado floral dos tecidos»¹⁵². Depois da série de capas dedicadas à publicidade do Bristol Club em 1927, Barradas irá divagar noutros temas, mais bucólicos e rurais, e as suas ilustrações de modo geral retomaram temáticas mais tradicionais portuguesas, em parte devido à gradual cimentação de uma ideologia de carácter conservador após o golpe militar de 1926¹⁵³.

José Herculano Stuart Torrie de Almeida Carvalhais nasceu a 7 de março de 1887, em Vila Real nos Trás-os-Montes. Conhecido enquanto um pintor e artista gráfico versátil, na história da arte portuguesa é sobretudo lembrado pelas suas caricaturas. Stuart foi um humorista destacável, sendo um dos cofundadores da Sociedade dos Humoristas Portugueses.

Típica profissão de vários artistas da época, a colaboração em revistas e jornais era comum e uma importante fonte de rendimento. Stuart começou por publicar desenhos para *O Século* em 1906, em 1911 foi um dos fundadores d'*A Sátira*, e em 1914 participou no *Papagaio Real*, mas foi em 1915, no *O Século Cómico* (1897-1924), que nasceu a criação que o cristalizaria na ilustração portuguesa, a banda desenhada *Quim e Manecas* (1915-1953). Este trabalho de Stuart é exemplificativo do artista enquanto comentador do mundo que o rodeia e que usa como inspiração para criar. O *Quim e Manecas* revelou-

¹⁴⁹ Rodrigues, António (1995). *Jorge Barradas*, s.l.: Imprensa Nacional Casa da Moeda, pp. 14-15.

¹⁵⁰ Como por exemplo, em 1927 decora o Bristol Club e em 1929 Clube Maxim's. Para o teatro, em 1927 realiza o cenário da revista *O Sete e Meio* no Teatro Apolo, para a revista *O Ricóco* no Teatro Maria Vitória, e a revista *Manda Quem Pode* no Teatro Trindade, Ver Valdemar, António (1985). *Jorge Barradas*. Lisboa: Edição da Galeria S. Mamede.

¹⁵¹ Lobo, Maria Theresa Figueiredo Beco de (1998). *Para o estudo da ilustração...*, p. 128.

¹⁵² Rodrigues, António (1995). *Jorge Barradas*, p.31.

¹⁵³ Lobo, Maria Theresa Figueiredo Beco de (1998). *Para o estudo da ilustração...*, p. 133.

se desde o início um sucesso, a sua crítica era contemporânea, do interesse do público e fez com que este êxito perdurasse durante anos¹⁵⁴.

O seu trabalho ganhou destaque durante a década de 1920, e a sua colaboração com a *ABC*, em especial nos primeiros anos, é notável, com autoria de dezassete capas publicadas em 1920-21. Apesar de Stuart não desenvolver um traço estilístico tão reconhecível como Barradas, os seus temas assemelham-se, na medida em ambos apostam na representação da mulher, colocando-a como protagonista ativa das suas ilustrações. Nesse aspeto, distinguem-se de Emmerico Nunes.

Emmerico Hartwich Nunes, nascido a 6 de janeiro de 1888 em Lisboa, foi outro dos nomes mais recorrentes na colaboração com as capas da *ABC* durante a década de 1920. A sua carreira artística distingue-o como um dos precursores do modernismo em Portugal, sendo uma das figuras que participou na Exposição dos Livres no Salão Bobone em 1911¹⁵⁵. Anos antes, tinha completado a sua formação em cidades como Paris e Munique, sendo a Alemanha um país onde dedicaria muito tempo da sua carreira no início, chegando a colaborar em periódicos alemães¹⁵⁶.

Emmerico destaca-se com maior proeminência nos anos de 1923 e 1924. Devido ao seu estilo caricaturista, as representações de Emmerico distinguiam-se das de Barradas ou Stuart, não pela pormenorização da figura da mulher, mas pela sua contextualização. Em especial nas capas do *corpus* em análise, é notório como as ilustrações de Emmerico privilegiam a representação de cenas de sociabilidade e um enredo participativo da mulher na sociedade, face à representação do seu corpo e rosto, na qual o foco são as suas qualidades físicas. Era também comum os seus desenhos acompanhar artigos no interior da revista, ou publicidade a novos produtos de venda, como eletrométricos ou a *Gillete*. Devido ao seu estilo caricaturista, o desenho publicitário era favorável a Emmerico pois, como Sofia Leal Rodrigues afirma, «nestes curtos episódios, o humor cumpre o seu papel, provocando uma memória do risível associada ao produto que a estimula»¹⁵⁷.

6. As Influências vêm de Todos os Cantos da Tela: Observações de Temas e Estilos

A análise interpretativa começará dando atenção ao estilo artístico das capas, contextualizado no panorama das artes do início do século XX, de modo a refletir algumas influências que se manifestam na produção estética das capas, como inspirações da Arte Déco, referências decorativas à *Art Nouveau*,

¹⁵⁴ Fragoso, Ana Margarida de Bastos Ambrósio (2009). *Formas e Expressões da Comunicação Visual em Portugal...*, p. 65.

¹⁵⁵ Lousa, Teresa, (2020). «Modernismo e Nacionalismo: Casos Paradigmáticos em Portugal E Espanha». *Revista Internacional Interdisciplinar INTERthesis, Florianópolis*, 17, p. 2.

¹⁵⁶ Dias, Fernando Rosa, (2013). «A Arte Portuguesa e os Ciclos de Migração Artística para Paris». Em *Chiado Baixo e o Confronto com o Francesismo nas Artes e na Literatura*. Lisboa: Faculdade de Belas Artes. CIEBA, p. 68.

¹⁵⁷ Rodrigues, Sofia Leal, (2005). «Humor, Modernismo e Anúncios Publicitários». *Arte Teoria*, 6, p. 281.

ou sugestões aos trabalhos de artistas como George Barbier, Umberto Brunelleschi e Léon Bask. Abordar-se-á também a Nova Objetividade Alemã, que, apesar de não ser uma corrente com influência óbvia nas capas, evidencia-se em alguns aspetos, nomeadamente nas temáticas abordadas e na contextualização da figura da mulher moderna segundo a imagem divulgada na República de Weimar. As temáticas representadas nas capas da *ABC*, e em especial a imagem da mulher moderna promovida, refletem tendências e modelos que circulam transnacionalmente nos Anos Vinte em diferentes suportes, nomeadamente nos *magazines*.

As capas da *ABC* exibem uma versatilidade estilística que não se encaixa apenas em um movimento ou estilo. Apesar do domínio da Arte Déco em vários campos artísticos na década de 1920, é também notória a presença do estilo antecedente, a *Art Nouveau*.

O estêncil, no francês *pochoir*, tornou-se muito popular enquanto técnica de produção, uma vez que permitia a repetição de formas e desenhos, facilitando os motivos ornamentais¹⁵⁸. Estes elementos variavam, mas no período *Nouveau* representavam sobretudo vegetais. O excessivo floreado não era essencial para a imagem em si, acabando por se tornar uma escolha decorativa, fabricando uma moldura que enfeitava esteticamente a imagem central. Esta técnica, já comum nas iluminuras medievais, torna-se característica visual de muitas ilustrações da época. Encontramos alguns exemplos desta influência em algumas capas da *ABC*, evidenciando-se as molduras decorativas com elementos vegetais simplificados figurados, típicos do estilo *Art Nouveau*. As margens das fotografias centrais apresentam um corte ondulado e o seu formato geométrico, tal como do título no centro, são característicos do estilo Déco.

Apesar da semelhança visual com o estilo da *Art Nouveau*, são as mulheres destas imagens que imediatamente nos remetem para os Anos Vinte. As mulheres representadas na iconografia da *Art Nouveau*, musas de artistas como Alphonse Mucha (1860-1939) ou Eugène Grasset (1845-1917), eram o oposto da *garçonne*. A mulher do imaginário artístico do fim do século XIX apresentava um ar angelical, jovem, e a sua inocência era o seu atributo mais sedutor. O imaginário remetia para a mitologia pictórica de *quattrocento*, identificável pelo cabelo atipicamente comprido, mas também pela sua vestimenta, comprida e larga, sem por isso deixar de ser elegante, como se usava no período tardo-medieval e renascentista¹⁵⁹. Porém, não se observam indícios deste arquétipo nas fotografias incluídas

¹⁵⁸ A técnica *pochoir* é um método que consiste na transposição de tinta através de estêncis perfurados. Torna-se um processo rápido e simples de executar, face ao trabalho dispendioso que seria colorir projetos à mão. Ver Ercoli, Giuliano. (2008). «" Pochoir": notes for a history and description of the technique». Em (Ed.) Martorelli, Barbara *George Barbier: The Birth of Art Deco*. Veneza: Marsilio Editori, p. 124; Roylance, Dale. (1999). «Art Deco Paris 1900-1925: Catalogue of the Exhibition of Pochoir Color Prints from the Graphic Arts Collection», *The Princeton University Library Chronicle*, n.º 1, p. 11.

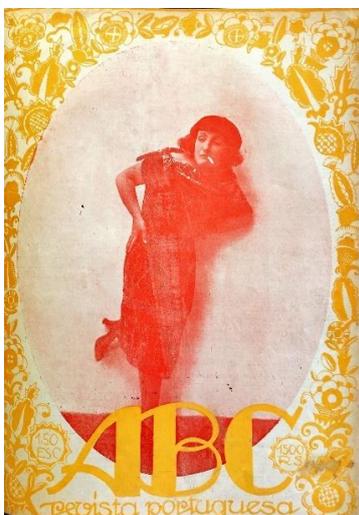
¹⁵⁹ Remetendo para as figuras femininas nas pinturas de Botticelli, ver Springer, Annemarie. (1973-74). «Some Images of Women in French Posters of the 1980s». *Art Journal*, 33(2), p. 117. Curiosamente, podemos observar como rostos femininos das pinturas de Botticelli foram usados pela *ABC* durante os períodos religiosos do calendário católico. Todas essas capas estariam decoradas com a mesma moldura reminescente do estilo das iluminuras medievais.

nas capas da *ABC* (ver Série 6.I), pelo contrário: as mulheres fotografadas exibem traços que, pela sua aparência, remetem para a imagem das “mulheres modernas” da década de 1920.

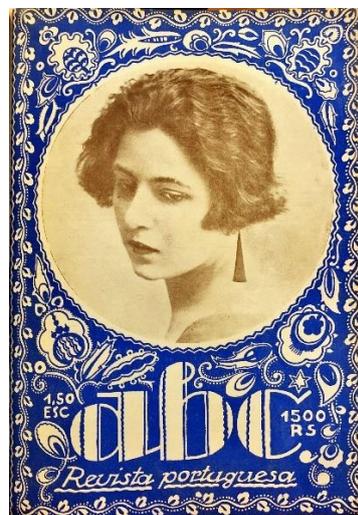
Série de imagens 6.I: Influências gráficas entre a *ABC* e o movimento *Art Nouveau*



6.1: *ABC*, 5.º ano, n.º258,
25/06/1925



6.2: *ABC*, 6.º ano, n.º272,
01/10/1925



6.3: *ABC*, 6.º ano, n.º273,
08/10/1925

A prática do *pochoir* e deste estilo de ilustração fora fortemente influenciada pelo movimento *Ukiyoe* japonês, que já estavam presente desde o período impressionista europeu¹⁶⁰. Segundo a curadora Barbara Martorelli, a influência japonesa nos artistas Déco, mas em especial em George Barbier, observa-se no carácter estilístico das linhas ténues, na composição gráfica e no leve cromatismo das figuras integradas ora num cenário simples e neutro, ora num cenário exaustivamente decorado¹⁶¹.

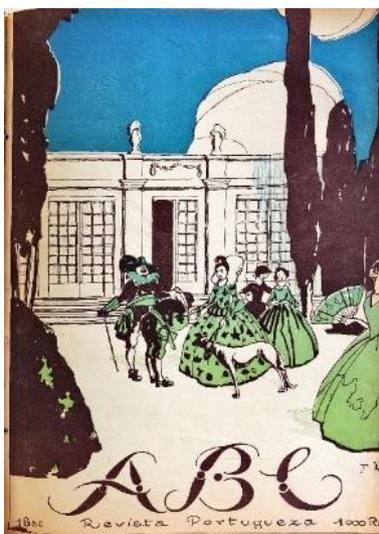
Observando as capas da *ABC*, nomeadamente as suas ilustrações, não se encontram influências do estilo *Ukiyoe*, como outros artistas da Arte Déco: seguindo as características elencadas por Martorelli, as ilustrações da *ABC* não apresentam linhas ténues, antes pelo contrário, são bastante expressivas, com pouca atenção ao detalhe e as cores são fortes, criando contrastes visíveis entre linha e mancha.

As semelhanças podem ser antes observadas na(s) temática(s). As ilustrações Déco eram recorrentemente utilizadas no panorama da alta-costura, logo, era comum que o vestuário representado fosse detalhado, afirmando-se como protagonista da composição. Apesar da *ABC* expor ilustrações que retratam o vestuário moderno, nunca atinge o carácter que, por exemplo, a norte-americana *Vogue* apresenta. No entanto, os temas destas ilustrações, como observado nas imagens incluídas na Série 6.II, motivam uma comparação de motivos particulares de natureza análoga.

¹⁶⁰ Roylance, Dale. (1999). «Art Deco Paris...», p. 12.

¹⁶¹ Martorelli, Barbara. (2008). «George Barbier...», p. 33.

Série de imagens 6.II: Comparativos entre a ABC e o movimento Arte Déco



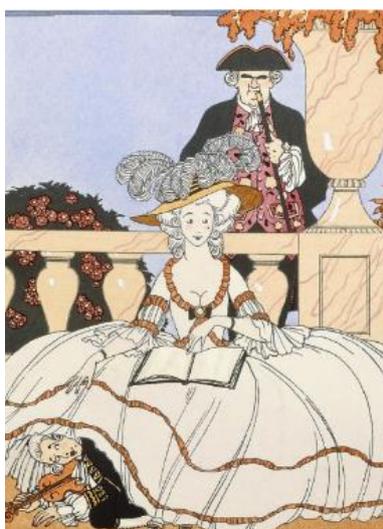
6.4: ABC, 4.º ano, n.º 193, 27/03/1924, ilust. de Domingos Rebelo



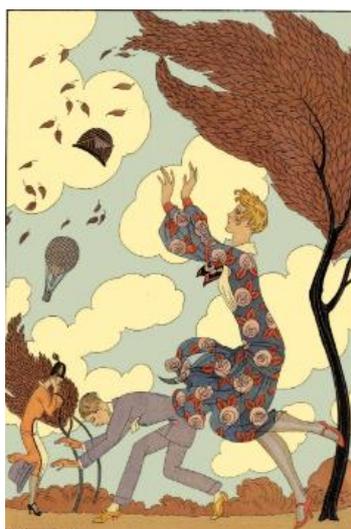
6.5: ABC, 1.º ano, n.º 36, 17/03/1921, ilust. de Stuart Carvalhais



6.6: ABC, 1.º ano, n.º 45, 19/05/1921, ilust. de Stuart Carvalhais



6.7: “La Leçon Bien Apprise” do álbum *La Guilande*, 1919, ilust. De George Barbier



6.8: “L’Air” da coleção *Falbalas et Fanfreluches, Amanach des Modes Présentes, Passes et Futures*, 1925, ilust. de George Barbier



6.9: “La Balanoire” da coleção *Modes et Manieres d’aujourd’hui*, 1912, ilust. de George Lepape

Nas imagens 6.4, 6.5 e 6.6 correspondem a capas da ABC, confrontadas com exemplos de ilustrações do período e estilo Déco, evidenciando a proximidade de temáticas de cada imagem. Consta-se o recurso a cenários exteriores comuns, em particular na evocação das estações do ano, como a época primaveril ou um outonal tempo ventoso. A evocação das estações do ano servia de pretexto para apresentar o novo vestuário adequado  temporada, enquanto simultaneamente representava uma mulher

ativa, a par da última moda, marcando presença nos espaços exteriores. As imagens evocam momentos de lazer, desfrutados maioritariamente por mulheres jovens.

Para além da representação de atividades desportivas ou mundanas diversificadas, também o mundo do espetáculo eram representados, espelhando as inovações modernistas nas artes de palco, como foram exemplo os *Ballets Russes*.

A influência dos figurinos que Léon Bakst (1866-1924) concebeu para a companhia de Diaghilev, carregados de referências teatrais, exóticas, coloridas e inovadoras no panorama do vestuário moderno, foram assinaláveis. Este tipo de vestuário ilustrado tanto por Léon Bakst, como depois por George Barbier, não se remetia para o quotidiano, mas sim para o imaginário teatral e moderno da época. Bakst puxou os limites do jogo cromático, fazendo dele um dos pontos centrais das suas ilustrações. Representava os diferentes materiais têxteis de tal forma que aparentavam um comportamento quase vivo, quando vestidos – os figurinos, por si, eram um espetáculo dentro do espetáculo. A inspiração oriental é evidente e, deste carácter colorido e exótico, emerge um tipo de fauvismo na sua arte. Apesar de não serem muito comuns no *corpus* recolhido os exemplos do recurso a influências ou tendências de um orientalismo exótico, é possível traçar semelhanças que revelam possíveis influências entre estes artistas.

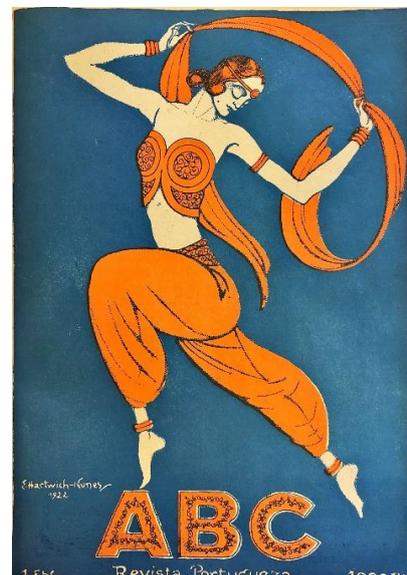
Série de imagens 6.III: Comparação temática e estilística entre Léon Bakst, George Barbier e Emmerico Nunes



6.10: Figura de uma odalisca para a peça *Scheherazade*, 1911, ilust. de Léon Bakst



6.11: “Cléopâtre”, 1912, ilust. de George Barbier



6.12: *ABC*, 3.º ano, n.º136, 22/02/1923, ilust. de Emmerico Nunes

As três imagens da Série 6.III sugerem representações de espetáculo de teor exótico, revelado pelo figurino de tecidos largos com padrões geométricos ou o calçado pontiagudo que apesar de não estar desenhado na ilustração da *ABC*, é emulado pela representação do pé estreito. As três figuras femininas

são representadas com o rosto inclinado, olhos fechados e membros que agarram num lenço esvoaçante, indicando a realização de algum tipo de movimento. As ilustrações de Léon Bakst (imagem 6.10) e de Emmerico Nunes (imagem 6.12) apresentam os corpos numa posição em movimento aéreo. Porém, as ilustrações de Bakst e George Barbier (imagem 6.11) são as que mais se assemelham, pelo detalhe ilustrativo e diversificação cromática. A ilustração de Emmerico, simplificada no pormenor, expõe um conservadorismo ténue, uma vez que é a única dos três exemplos que não exhibe um seio desnudado, podendo revelar uma menor abertura e aceitação de representações vistas como mais eróticas, embora a questão não se colocasse nos mesmos termos quando nos referimos a ilustrações.

Apesar das influências da Arte Déco francesa e do modernismo dos *Ballets Russes* estarem presentes na caracterização estilística das capas da *ABC*, em especial pela elegância do corpo e do vestuário das mulheres representadas nas ilustrações, as influências alemãs fazem também sentir-se, trazendo outro tipo de temas, mais sóbrios, críticos e provocadores. A presença de influências do movimento alemão da Nova Objetividade justifica-se ainda pela proximidade com um registo humorista e caricatural que a ilustração portuguesa já revelava.

A Nova Objetividade surge durante a República de Weimar (1918-1933), um período definido como Cultura de Weimar, em que várias artes se desenvolveram brotando uma cultura urbana boémica e criativa¹⁶². Cidades alemãs, como Berlim, foram centros urbanos que evidenciavam a crescente cultura de massa, patente nas temáticas eleitas pelos seus artistas¹⁶³.

A Nova Objetividade fora um movimento oposto ao Expressionismo alemão, que se encontrava mergulhado no abstrato incompreendido e, portanto, individualista. Segundo a historiadora Maria Makela, os artistas determinaram a Nova Objetividade como uma arte em prol da acessibilidade às massas, por ser um estilo compreensível à classe média, obtendo um carácter democrático¹⁶⁴. As representações do estilo de vida alemão difundidas pela Nova Objetividade poderiam ser mais ou menos realistas ou exageradas, mas em qualquer dos casos não se perde o carácter de legibilidade acessível às massas.

Obras de artistas como Georg Grosz (1893-1959), Otto Dix (1891-1969), ou Jeanne Mammen (1890-1976), apresentam temáticas semelhantes: representações de cenários urbanos, geralmente noturnos, e abundantemente movimentados, representando vários corpos, de homens mais velhos e mulheres jovens, em convívio, por vezes mais íntimo, em cafés, bares ou clubes da noite. As mulheres são na maioria representadas ora como *garçonnes*, no caso de Mammen, ou, no caso de artistas como Grosz ou Dix, como *cocottes*, representadas de forma vulgar e jocosa.

¹⁶² McCormick, Richard W. (2001). *Gender and Sexuality in Weimar Modernity: Film, Literature, and "New Objectivity"*. New York: Palgrave, p. 41.

¹⁶³ Sobre a vida na Alemanha segundo figuras da época e outros contemporâneos, ver Boyd, Iain e Frisby, David (Ed.) (2012) *Metropolis Berlin: 1880-1940*, Londres: University of California Press.

¹⁶⁴ Makela, Maria (2007). «Politicizing Painting: The Case of New Objectivity». Em (Ed.) McBride, Patrizia; McCormick Richard W. e Žagar, Monica. *Legacies of Modernism: Art and Politics in Northern Europe, 1890-1950*. New York: Palgrave MacMillan, p. 139.

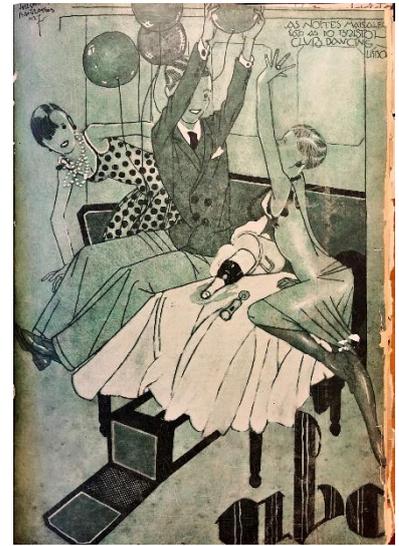
Série de imagens 6. IV: Comparação entre a revista *ABC* e pinturas do movimento Nova Objetividade



6.13: *ABC*, 2.º ano, n.º 67, 20/10/1921



6.14: *ABC*, 8.º ano, n.º357, 15/09/1927, ilust. de Jorge Barradas



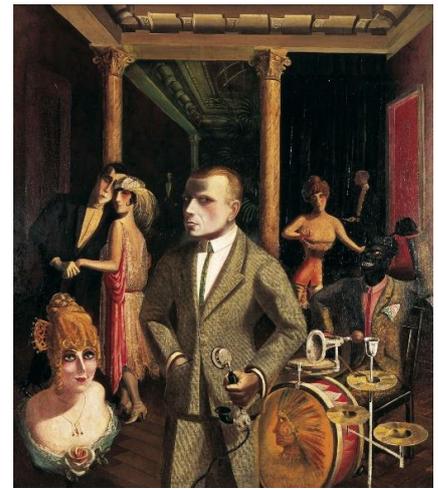
6.15: *ABC*, 8.º ano, n.º366, 21/07/1927, ilust. de Jorge Barradas



6.16: Jeanne Mammen, (1926/1928), *Revue Girls*, Berlinische Galerie – Alemanha



6.17: Otto Dix (s.d.) *Brothel Matron/Puffmutter*, Otto Dix Foundation – Vaduz, Liechtenstein



6.18: Otto Dix (1922) *Na die Schönheit*, Art Resource – Nova Iorque

O esquema cromático era mais escuro e o traço expressivo e manchado, mais imperfeito quando comparado com a Arte Déco. A nível estilístico, as capas da *ABC* publicadas em 1927 e ilustradas por Jorge Barradas, com publicidade ao Bristol Club, aproximam-se deste estilo nas pinceladas em aguarela robustas, aludindo a noites de diversão ébria, sem deixar de trespassar uma obscuridade (imagem 6.14).

Os artistas alemães não deixam de prezar a geometria, porém, ao passo que esta era o esqueleto das ilustrações Déco, a Nova Objetividade recorre ao volume e ao arredondamento das formas. Na Arte

Déco, o corpo das mulheres surge representado como estreito e atipicamente alongado, sendo a sua magreza essencial para dar protagonismo ao vestuário e à decoração, reforçando um ideal de beleza. Por outro lado, a Nova Objetividade apresenta corpos e rostos em volúpia, geralmente mais corpulentos, desnudados e esteticamente imperfeitos (imagem 6.17 e 6.18).

O carácter erótico é acentuado com a representação de mulheres enquanto dançarinas de *cabarets*, a meio de uma *nackttanz* (dança nua)¹⁶⁵. Berlim era conhecido pelos seus *cabarets* e dançarinas eróticas, como Nina Hard (1899-1970) ou Léa Niáko (1908-?), que passou por Portugal em digressão, sendo em 1928 publicada uma fotografia sua em tronco nu na capa da *ABC*¹⁶⁶. Era comum, nas representações da Nova Objetividade Alemã, a figura do sexo feminino estar associada à vida noturna e, mesmo quando aparentemente vestidas, muitos artistas faziam questão de revelar partes íntimas do seu corpo, aludindo a uma relação intrínseca entre mulher e luxúria.

A representação do corpo feminino no movimento da Nova Objetividade é marcada por uma instrumentalização sexual do corpo das mulheres, o seu aspeto vulgariza-se, exibindo grotescamente o seu corpo e rosto, em cenários de prostituição ou violência. Esta imagem da mulher de Weimar procura referenciar o trabalho sexual na urbanidade moderna. Enquanto na Arte Déco a nudez e a sensualidade exposta pelas mulheres revelava um aprimoramento da sua feminilidade, a Nova Objetividade recorre ao teor sexual da mulher negativamente conotando-a. Segundo o historiador Richard W. McCormick, a mulher moderna é vista como egoísta por atribuir importância ao seu prazer sexual e sucesso, abandonando a sua devoção doméstica, pelo que as suas variadas formas de emancipação se tornam motivos de crítica e reprovação, tal como presente na Nova Objetividade¹⁶⁷.

Alguns estudos colocam a hipótese de certos artistas da Nova Objetividade manifestarem algum desprezo pelo sexo feminino, especialmente quando, no regresso a casa após servirem na Grande Guerra, serem confrontados com uma emancipação das mulheres, refletida na alteração do seu comportamento, aparência e presença na força de trabalho, manifestando esse ressentimento via arte¹⁶⁸. Por outro lado, é importante lembrar que muitos destes artistas frequentavam bordéis e que a prostituição estava legalizada durante o período de Weimar.

No entanto, a *ABC* não apresenta influências deste imaginário e temáticas. Nenhuma das capas chega a exibir e a representar as “mulheres modernas” com uma conotação depravada e explicitamente sexual. A moral conservadora da Lisboa da década de 1920 limitava os contornos em que a modernidade de costumes se podia manifestar e expressar. Aliás, a capa com a fotografia de Léa Niako, em 1928, é única capa que exhibe o tronco nu de uma mulher, num nu artístico e elegante, sem conotações

¹⁶⁵ Ver Toepfer, Karl (1992) «Nudity and Modernity in German Dance, 1910-30», *Journal of the History of Sexuality*, 3(1), pp. 58-108.

¹⁶⁶ Ver capa 8.º ano, n.º 380, 05/01/1928. O *Notícias Ilustrado* publica um segmento com fotos de Léa Niako, ver Série II, n.º 5, 08/06/1928, p. 5.

¹⁶⁷ McCormick, Richard W. (2001). *Gender and Sexuality in Weimar...*, p. 101.

¹⁶⁸ Otto Dix seria um caso particular na conotação negativa da mulher moderna através da sua arte. Ver Tatar, Maria (1994) «Fighting for Life: Figurations of War, Women, and the City in the Work of Otto Dix», *German Politics & Society*, 32, pp. 28-57.

explicitamente sexuais, sublinhando-se o facto de se não se tratar de uma figura nacional, mas antes uma estrangeira, curiosamente até alemã.

Espetáculos de teor erótico proliferaram com a emergência dos *cabarets*, que frequentemente apresentavam números artísticos que envolviam nudez, conquistando o interesse do público pelo exotismo e sensualidade que evocavam. Estes elementos encontram-se presentes na representação da vida noturna lisboeta e da “mulher moderna” que por lá se movimentavam observada em algumas capas da *ABC*.

Durante o período de Weimar, muitas bailarinas e atrizes se popularizaram pela sua imagem associada ao erotismo. Anita Berber (1899-1928) foi uma dessas figuras e essa sua reputação perdura ainda hoje. O retrato que Otto Dix pintou de Berber em 1925, intitulado *Portrait of the Dancer Anita Berber* (imagem 6.19), apresenta a bailarina alemã cingida pela cor vermelha, presente no cabelo, nos lábios, no vestido e no segundo plano. As emoções que Dix faz expressar neste retrato são espelhos da figura de Berber enquanto artista de palco. Muito do que se sabe da sua biografia ficou relatada em 1929 pelo jornalista Leo Lania (1896-1961), que a imortalizou enquanto mulher da noite sensacionalista, com uma reputação de escândalos e vícios ilícitos¹⁶⁹.

Berber corporiza a vida da mulher jovem e ousada, confortável em exhibir o seu corpo nu em público. Berber desafiava as performances de *nackttanz*, pois segundo a historiadora Susan Laikin Funkenstein, as bailarias continuariam a ser obrigadas a tapar a região genital quando em palco, contudo, Anita Berber transgredia esta regra e expunha-se totalmente nua, chocando o público e a imprensa pela sua aparente emancipação sexual radical¹⁷⁰. A reputação de Berber não esteve só associada aos espetáculos desnudados, mas também às temáticas que abordava, em coreografias que frequentemente tratavam de temas associados ao masoquismo, ao consumo de cocaína, ou à morte¹⁷¹. Berber não receava trabalhar temas mais sinistros, porque também lhe eram familiares. O seu estilo de vida, muito ligado ao consumo ilícito e à prostituição, levou a uma dependência que acabou com a sua vida aos 29 anos, imortalizando-a como uma jovem transgressora da lei, da moral e dos costumes.

No quadro de Dix, Berber surge coberta por um vestido vermelho que drapeja o seu corpo, mostrando que, mesmo vestida, exhibe uma sensualidade e alude à sua nudez. Está documentado que Berber tinha o cabelo vermelho, atributo visual que a distinguiria e caracterizava. O vermelho para nós pode, de um ponto de vista semiótico, conotar representatividade ao pecado infernal, à sensualidade e ao perigo. Segundo as tendências de representação das “mulheres moderna” da época, o vermelho no cabelo, em conjunto com uma maquilhagem mais carregada e escura, é associado ao arquétipo da *vamp*, uma figura do sexo feminino, típico da cinematografia, que se apresenta de forma mais intimidante e sexualmente fatal.

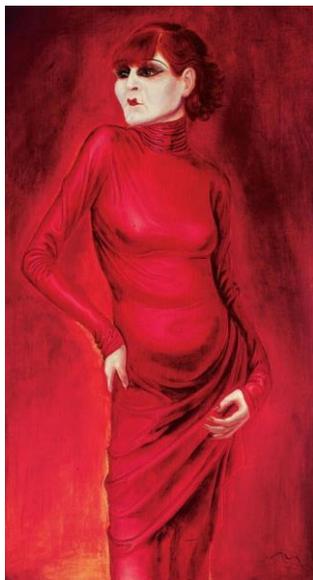
¹⁶⁹ Funkenstein, Susan Laikin (2005) «Anita Berber: Imaging a Weimar Performance Artist», *Woman's Art Journal*, 26(1), p. 30.

¹⁷⁰ Funkenstein, Susan Laikin (2005) «Anita Berber:...», p. 28.

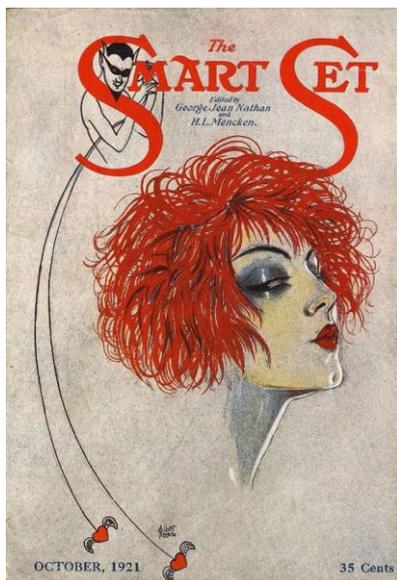
¹⁷¹ Funkenstein, Susan Laikin (2005) «Anita Berber:...», p. 27.

Encontramos exemplos de ilustrações que representam mulheres com uma aparência semelhante à distinta imagem de Berber, com uma representação mais sombria e rebelde, com maquilhagem escura e o cabelo desarranjado, uma figura que gosta de se divertir e consumir a noite a inteira (confrontar imagens 6.20, 6.21, 6.22, 6.23, 6.24, da série 6.V).

Série de imagens 6.V: Conotações de Anita Berber



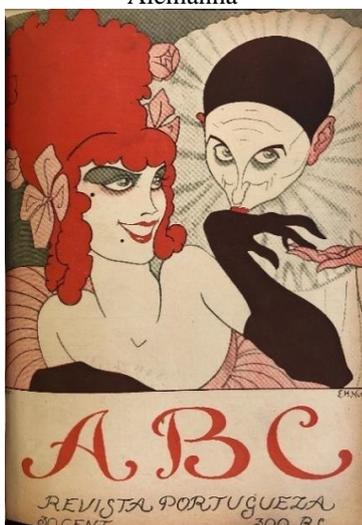
6.19: Otto Dix (1925) *Retrato da dançarina Anita Berber*, Kunstmuseum Stuttgart - Alemanha



6.20: *The Smart Set*, vol. 66, n.º2, ??/10/1921, ilust. de Albert Barbelle



6.21: *Ilustração Portuguesa*, série II, n.º772, 04/12/1920



6.22: *ABC*, 1.º ano, n.º30, 03/02/1921, ilust. de Emmerico Nunes



6.23: *ABC*, 3.º ano, n.º134, 08/02/1923, ilust. de Emmerico Nunes



6.24: *Revista de Revistas*, n.º?, ??/02/1922, ilust. de Ernesto García Cabral e Alfonso Gordoño

As capas da *ABC* do período em estudo não exibem esta tendência, sendo que das 241 capas com “mulheres modernas”, apenas os dois exemplos incluídos na série de imagens 6.V correspondem a esta

descrição. As capas da *ABC* parecem apostar numa representação explícita da associação da “mulher moderna” à promiscuidade, deixando uma ambiguidade na intenção da imagem.

Temas que remetessem para vícios conotados com a vida noturna não eram frequentes nas ilustrações que faziam capa das revistas da época, tanto em Portugal como em outros países. A sensualidade da mulher jovem, a par da sua participação nos hábitos de vida noturnos, eram temas abordados de um modo furtivo, sem aludir diretamente a aspetos menos agradáveis.

Era a imagem da revista que seria colocada em causa se fossem expostos temas mais transgressores, correndo-se o risco de prejudicar a boa opinião e compra por parte do público. Ao optar por modelos temáticos e representativos mais comuns à Arte Déco, mais frequente nas revistas dos Anos Vinte, a “mulher moderna” é antes representada como uma figura superficial, preocupada com a sua beleza, juventude, bijutaria ou o vestuário, assumindo uma postura de ostento nos clubes, no automóvel e na praia. A aposta em capas que expunham uma “mulher moderna” divertida e consumidora das tendências da época, traduz e reflete os conteúdos, apelos e mensagens contidos no interior destas revistas.

O foco no visual e atitudes de vida da *garçonne* foi opção de muitos periódicos ilustrados da época, incluindo a *ABC*, seguindo certamente os modelos internacionais difundidos por revistas das grandes metrópoles dos tempos modernos. Os Estados Unidos tinham as famosas revistas *Vogue* (1892-) (imagem 6.27.), *Harper's Bazaar* (1867-), *Life Magazine* (1883-) e *Vanity Fair* (1913 -), publicações dedicadas prioritariamente à moda, vida social e cultura contemporâneas e que dominam ainda hoje as bancas. No entanto, na época de 1920, França, e em particular Paris, regiam com outras publicações de moda, como a *La Femme Chic* (c.1911 – c.1945), ou a influente *La Vie Parisienne* (1863-1970) (imagem 6.28.), com ilustrações de Georges Léonnec (1881-1940) e René Vincent (1879-1936) que seguiam a elegância do estilo *Nouveau* e Déco, mas com toques caricatos, que também encontramos nos trabalhos de Stuart ou Emmerico. Na Alemanha destacavam-se a *Die Dame* (1911-1943), a *Die Deutsche Elite* (c.1924 – c.1930), ou a *Uhu* (1924-1934). Na vizinha Espanha, em Madrid, eram publicadas a *Nuevo Mundo* (1894-1933), a *Blanco y Negro* (1891-1988), a *La Esfera* (1914-1931) e, de pouca duração, a *Mujer* (1925-1926) (imagem 6.25.). Na Suécia, popularizou-se a *Bonniers Veckotidning* (c.1926-c.1929) (imagem 6.30.), com as ilustrações de Gullan Rudevall Artelius (1897-1991), a retratar a “mulher moderna” da época¹⁷². No Brasil, Rio de Janeiro, tínhamos *O Cruzeiro* (1928-1985) e a já referida *Para Todos...* (imagem 6.29.), com capas muito semelhantes às da *ABC*, e em Cuba, a revista *Bohemia* (1908-), que ainda hoje é publicada. Do outro lado do mundo, no Japão, as ilustrações de Takabatake Kasho (1888-1966) para revistas dedicadas a jovens leitoras, como a *Shōjo Kurabu (Girls Club)* (1923-1962) e *Shōjo Gahō (Girl's Illustrated)* (1912-1942), também difundiam o visual de mulher moderna ocidental (imagem 6.26.)¹⁷³.

¹⁷² Sobre a *mulher moderna* e o seu impacto nos meios de comunicação durante a década de 1920 na Suécia ver Ingemarsdotter, Jenny (2019) *The Masculine Modern Woman: Pushing Boundaries in the Swedish Popular Media of the 1920's*, Nova Iorque: Routledge, Taylor & Francis Group.

¹⁷³ Sobre o trabalho de Takabatake Kasho enquanto ilustrador que representava a mulher moderna ocidental no panorama japonês ver Hartley, Barbara (2008) «Performing the Nation: Magazine Images of Women and Girls in

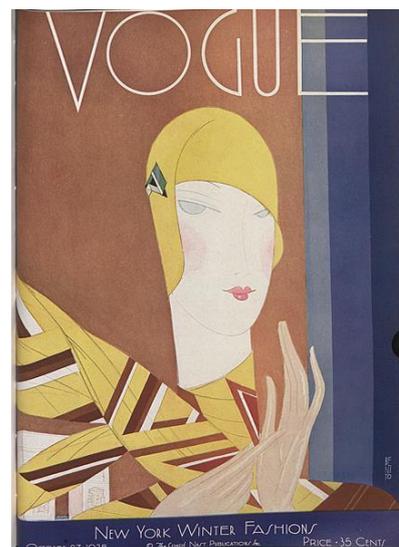
Série de imagens 6.VI: Exemplos de capas de revistas internacionais durante os Anos Vinte



6.25: *Mujer*, 2.º ano, n.º33, 07/04/1926, ilust. de. Tono



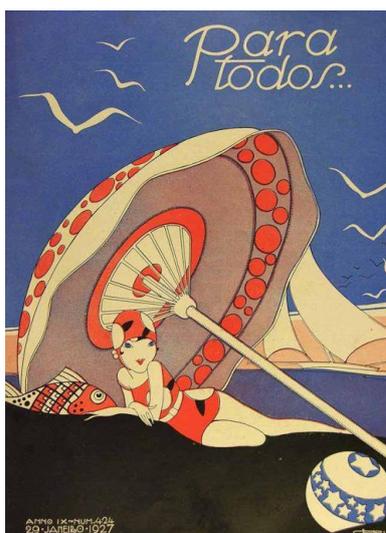
6.26: *Shōjo Gahō*, vol. 17, n.º12, ??/12/1928, ilust. de Takabatake Kasho



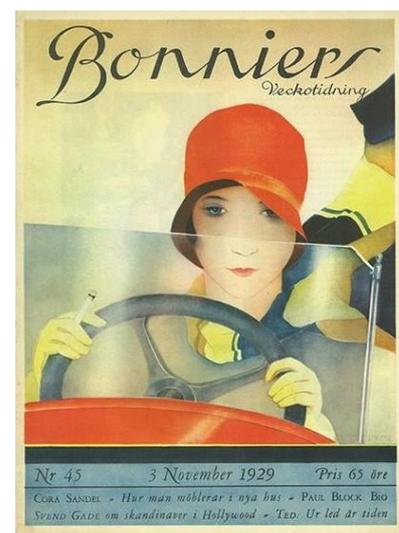
6.27: *Vogue*, n.º?, 27/10/1928, ilust. de Eduardo García Benito



6.28: *La Vie Parisienne*, 61.º ano, n.º27, 07/07/1923, ilust. de Maurice Milliere



6.29: *Para Todos...*, 9.º ano, n.º424, 29/01/1927, ilust. de J. Carlos



6.30: *Bonniers Veckotidning*, n.º 45, 03/11/1929, ilust. De Gullan Rudevall Artelius

Os títulos internacionais referidos são apenas exemplificativos, a pesquisa apresenta um resultado muito variado de revistas ilustradas do início do século XX para além das referidas. O objetivo era mostrar a tendência moderna destas publicações e como a *ABC* se encaixa neste género de *magazine* que divulga a imagem e representação da “mulher moderna” através das capas.

the Illustrations of Takabatake Kasho, 1925-1937», *Intersections: Gender and Sexuality in Asia and the Pacific*, University of Tasmania, 16, s.p.

No confronto dos exemplos na Série 6.VI, é notória a variabilidade estilística, refletindo a individualidade do traço dos diferentes artistas. Contudo, observam-se semelhanças nos códigos e nos cenários em que surgem estas figuras femininas, formando um padrão reconhecível e transversal ao panorama das revistas dos Anos Vinte no que respeita à caracterização e representação da “mulher moderna” da época.

Um exemplo de um elemento temático recorrente, e que participa nesta representação da modernidade na esfera feminina, é a integração da leitura. Reconhecido o potencial do público feminino, o mundo das revistas integra temas do seu interesse e a leitura do *magazine* afirma-se como uma das práticas de lazer que a “mulher moderna” integra no seu quotidiano. A leitura de revistas conota-a com uma mulher instruída e, por isso, situa-a numa classe social superior. No entanto, o modo como se representa esta prática contrasta com a imagem de uma mulher que procura cultivar-se eruditamente, remetendo antes para uma atividade que preenche o tempo livre. A sua representação ilustra uma certa superficialidade de carácter e interesses literários, em grande parte porque a leitura a que se dedicam é a própria revista da capa que protagonizam.

A partir deste *mise en abyme* da “mulher moderna” que lê a revista que representa “mulheres modernas” que leem essa mesma revista, evidencia-se a representação do modelo de mulher que é público-alvo dessa revista. Se nestes *magazines* proliferam artigos de moda, beleza e entretenimento, e é este o tipo de leitura eleito pela “mulher moderna”, estabelece-se uma relação de contingência entre estas e as temáticas que privilegiam.

A este fenómeno visual e mediático também podemos chamar de autorreferenciação. Segundo o autor Winfried Nöth, este tipo de imagens espelhadas são indexicamente signos, imagens que essencialmente indicam a presença do seu objeto (série 6.VII)¹⁷⁴. O que observamos neste tipo de ilustrações não é somente uma referência da presença da sua revista, esta autorreferenciação é também uma autopromoção. Na emergência da produção de massa e apoio dos meios de comunicação para a dispersão desses produtos, as revistas seriam elos viáveis à sua publicitação. Deste modo, podiam apresentar objetos comerciais de certas marcas colaborativas, representando uma figura, neste caso a “mulher moderna”, a interagir com esses objetos.

Por exemplo, a representação de mulheres a conduzir uma específica marca de automóvel era uma publicidade adequada, porque também era ilustrativa dos tempos modernos. No caso dos *magazines*, se uma revista apostasse por representar uma mulher a ler, optaria pelo seu próprio título, publicitando a sua mercantilidade. A autora Judith Williamson classifica este método como um ato de diferenciação que a publicidade faz quando cria uma imagem para delinear a diferença entre o seu produto e outros da mesma categoria¹⁷⁵. A autopromoção também era um elemento que se sobrepunha à representação da

¹⁷⁴ Nöth, Winfried (2007) «Metapictures and Self-Referential Pictures». Em (Ed.) Nöth, Winfried e Bishara, Nina *Self-Reference in the Media*, Berlin: Mouton de Gruyter, p. 61.

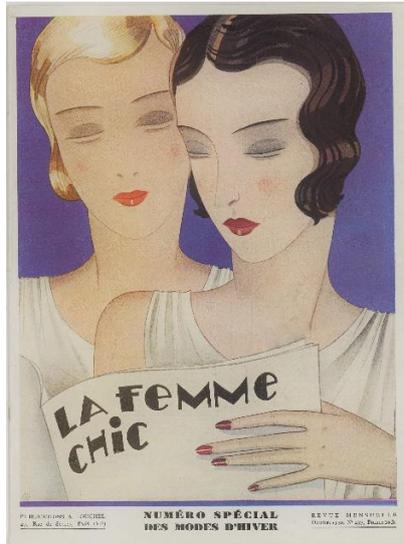
¹⁷⁵ Williamson, Judith (1983) *Decoding Advertisements: Ideology and Meaning in Advertising (Ideas in Progress)*. Londres: Marion Boyars, pp. 24-25.

“mulher moderna”, ou seja, a mulher moderna dos Anos Vinte, segundo estes *magazines*, é a mulher que consome o conteúdo desta mesma revista, face às outras opções no mercado. Esta transferência de significados na narrativa publicitária será também observada quando tivermos em consideração as publicidades feitas ao Bristol Club nas capas da *ABC* em 1927¹⁷⁶.

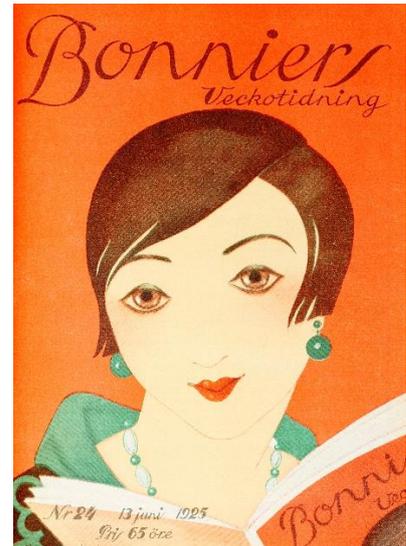
Série de imagens 6.VII: Autorreferenciação em ilustrações de capas com “mulheres modernas” a ler a sua revista



6.31: *ABC*, a. 1.º, n.º 9, 09/09/1920



6.32: *La Femme Chic*, n.º 237, ??/10/1930



6.33: *Bonniers Veckotidning*, n.º 24, 13/06/1925, ilustr. de Georg Klinghammer

Estas temáticas que integravam a representação da “mulher moderna” eram um modo de criar um perfil de como incorporar corretamente a modernidade no novo paradigma da feminilidade. Havia características apresentadas de forma mais evidente, porém, a sua representação poderia ser atenuada com signos interpretados distintamente, dependendo do consumidor.

Este tipo de confronto, entre a publicidade objetiva com mensagens subliminares abertas à interpretação subjetiva, é um efeito comum no mundo publicitário. As capas de revista podem conter publicidade de produtos, porém, por se assumirem enquanto o rosto ou a embalagem de um produto e por representarem a identidade da revista, as capas também são em si publicidade. Logo, qualquer figura, objeto ou cor da imagem, é escolhida de forma a fabricar uma determinada narrativa com um propósito representativo. Quando a “mulher moderna” é considerada como protagonista desta(s) narrativa(s), a literacia visual do observador deve ser capaz de identificar a função representativa de cada detalhe em relação a essa “mulher moderna”, a fim de realizar uma descrição do seu perfil de acordo com tais

¹⁷⁶ A tendência da revista *ABC* apresentar publicidade nas capas não era muito comum, sendo que apenas 15% das capas do presente *corpus* publicitam algum tipo de produto, concurso ou estabelecimento. Sobre detalhes da numeração de publicidades entre 1920-1927 nas capas da *ABC*, consultar tabela do Anexo E: Tabela de Publicidade nas Capas da *ABC*.

imagens. Um dos temas de destaque do novo modelo de vida da “mulher moderna” são as suas práticas e formas de sociabilidade.

De acordo com o estatuto social da “mulher moderna” das revistas dos Anos Vinte, ela surge acompanhada por outras mulheres de aparência semelhante. No entanto, a Arte Déco também popularizou o cão galgo como seu fiel companheiro (série 6.VIII). O estilo Déco, por investir numa cenografia naturalista nas ilustrações, costumava apresentar animais que estivessem de acordo com a estética do movimento. Aves como cisnes, papagaios e pavões, traziam diferentes motivos cromáticos e a opulência estética das penas. Outros animais, como veados e cães, indicavam elegância pela sua postura.

O cão galgo surge como um elemento comum nas ilustrações de capas de revistas, podendo ser tanto o “melhor amigo da mulher”, como um acessório feminino. A própria *ABC* reconhecia: «os desenhadores contemporâneos, [...] elegeram o galgo como motivo decorativo de figuras femininas»¹⁷⁷. Acrescentaríamos que tal se aplicaria em particular às “mulheres modernas”, pois devido à fisionomia magra e à «elegância singularmente elástica do seu corpo»¹⁷⁸, o cão galgo era o animal adequado para incorporar esta representação nos moldes ditados pela Arte Déco¹⁷⁹.

Para além das suas semelhanças físicas, o galgo também é representativo do novo estilo de vida da mulher moderna. Por um lado, esta raça estava associada às classes abastadas; por outro, é um cão de competição desportiva, considerado a raça canina mais veloz. Associado à figura da “mulher moderna”, este cão segue assim algumas das conotações presentes neste arquétipo: ser uma mulher elegante, magra, com boa situação financeira e adepta da atividade desportiva (série 6.VIII).

¹⁷⁷ «A mulher, o cão e o gato», *ABC*, 7.º ano, n.º 328, 28/10/1926, pp. 12-13.

¹⁷⁸ «A mulher, o cão e o gato», *ABC*, 7.º ano, n.º 328, 28/10/1926, pp. 12-13.

¹⁷⁹ Hillier, Bevis (1985) *Art Deco of the 20s and 30s*. Nova Iorque: Schocken Books, p. 71-73.

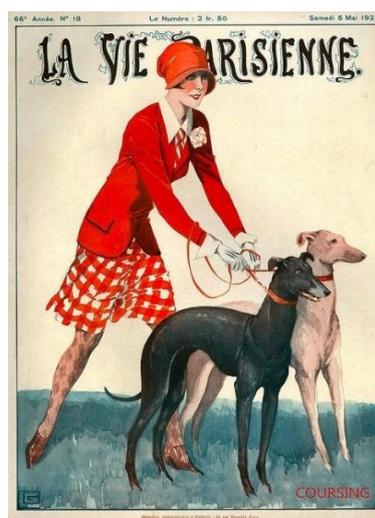
Série de imagens 6.VIII: “Mulheres modernas” com cães galgos



6.34: *ABC*, 5.º ano, n.º 245, 26/03/1925, ilustr. de Emmerico Nunes



6.35: *Vogue*, n.º 01/09/1920, ilustr. de Helen Dryden



6.36: *La Vie Parisienne*, 66.º ano, n.º 18, 05/05/1928, ilustr. de Georges Léonnec

A tendência de representar a mulher isolada é predominante nestas representações. Porém, devido à sua caracterização como carismática e sensual, o convívio ou proximidade com elementos do sexo masculino resulta como quase incontável e imprescindível. Apesar da *garçonne* abrir caminho para a expressão de uma ansiedade social em relação à homossexualidade feminina, no que diz respeito às ilustrações das capas de revistas a representação de duas mulheres surgia apenas num contexto de presumida amizade.

Quando a opção era ilustrar a “mulher moderna” na companhia do sexo masculino, ela surge ora acompanhada por um só homem, por vezes mais velho, mas sempre da mesma classe social que ela (imagem 6.40), ora com dois ou mais homens, tornando-se o foco das atenções (imagem 6.38). Observa-se, contudo, que a maior tendência ser é representá-la sozinha e, mesmo quando se opta por incluir uma companhia masculina, a mulher permanece como protagonista da imagem, representando uma hierarquia de género¹⁸⁰. A sua convivência com homens pode ter como fundo cenários exteriores e diurnos, como por exemplo a praia ou o hipódromo, mas a maioria dos exemplos evocam em cenários noturnos, como clubes, restaurantes, ou mesmo a rua, assumindo-se que se encontram a caminho de um espetáculo ou outro tipo de entretenimento que servia de pretextos para encontros como «nos animatógrafos, é lá que os namorados marcam os seus encontros»¹⁸¹ (imagem 6.41).

Muitos dos exemplos de ilustrações que representam estes contextos noturnos apresentam a mulher exibindo elegantemente jóias e casacos de peles brancos, reforçando tanto o seu requinte, como a elegância do espaço onde se encontra ou ao qual se dirige (imagem 6.37). Por outras palavras, a “mulher

¹⁸⁰ Ver Roylance, Dale. (1999). «Art Deco Paris 1900-1925: Catalogue of the Exhibition of Pochoir Color Prints from the Graphic Arts Collection», *The Princeton University Library Chronicle*, n.º 1, p.33.

¹⁸¹ João d’Alpanis «O Namoro em Lisboa», *ABC*, 3.º ano, n.º 150, 31/05/1923, p. 16.

moderna” é como um selo de aprovação que atesta a modernidade, popularidade e elegância, tanto de quem a acompanha, como do espaço que decide frequentar.

A companhia do elemento masculino não implica qualquer compromisso: a sua representação é elaborada de tal forma que, mesmo quando acompanhada, a “mulher moderna” está disponível, tornando-se uma materialização figurativa da desejabilidade dos Anos Vinte. A presença masculina apenas reforça o seu apelo sedutor.

Série de imagens 6. XIX: Comparação da sociabilidade da “mulher moderna” com o sexo masculino



6.37: *Social, La Habana*, n.º?, ??/04/1928, ilust. de Conrado W. Massaguer



6.38: *Life Magazine*, n.º?, 09/06/1927, ilust. de Russell Patterson



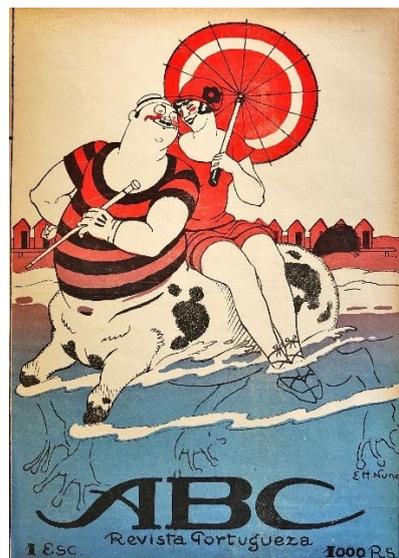
6.39: *La Vie Parisienne*, 64.º ano, n.º27, 01/07/1916 ilust. de Georges Léonnec



6.40: *ABC*, 1.º ano, n.º20, 18/11/1920, ilust. de Jorge Barradas



6.41: *ABC*, 7.º ano, n.º360, 09/06/1927, ilust. de Jorge Barradas



6.42: *ABC*, 4.º ano, n.º160, 09/08/1923, ilust. de Emmerico Nunes

Contata-se ainda uma outra companhia masculina possível, a da figura mitológica (imagem 6.39 e 6.42). Este tipo de ilustrações não são comuns, porém, não deixam de relevar aspetos relevantes na representação da “mulher moderna”. Tipicamente, estas figuras são criaturas grotescas e humorísticas, de corpo metade animal. Podem ser feitas duas leituras desta inclusão. Em primeiro lugar, a escolha de expor uma cena com laivos românticos entre uma bela mulher jovem e uma criatura que se opõe fisicamente a ela, resulta numa certa crítica humorística aos comportamentos e sociabilidade da “mulher moderna”, que assim surge como uma sedutora disponível a atrair até para o mais “feio dos homens”. Este tipo de leitura, perpetua uma conotação pejorativa que encaixa na leitura da mulher moderna como uma *cocotte*, envolvida nas profissões ilícitas da noite.

Por outro lado, numa linha mais positiva, este tipo de narrativas apresentam um carácter folclórico que eleva a “mulher moderna” ao estatuto de princesa de conto de fadas, remetendo para narrativas como a “Bela e o Monstro” ou a “Princesa e o Sapo”¹⁸². Este tipo de histórias apresentam a mulher no papel de heroína salvadora, responsabilizando-a pela transformação da “criatura”, não somente em homem, mas mesmo em príncipe. Interpretando as ilustrações deste ponto de vista, em que a “mulher moderna” se mostra capaz de se apaixonar pelo mais “feio dos homens”, ela renuncia ao seu carácter superficial, desafiando os estereótipos a si associados.

Cada revista da época segue as tendências do seu país, ou seja, as representações temáticas partem de uma observação da modernidade localizado num determinado contexto. No entanto, procurou-se aqui realçar a circulação e intercâmbio de modelos e influências que podem ser observados transnacionalmente. Tematicamente, não apenas o protagonismo da “mulher moderna” se repetiu, mas também os pretextos narrativos em que a inseriam, gerando um fenómeno de tendências representativas semelhantes entre diversas revistas dos Anos Vinte.

7. As *garçonnes* das capas: como a *ABC* representa a “mulher moderna” entre 1920-1927

A análise que se segue das representações da “mulher moderna” nas capas da revista *ABC*, publicadas no período entre 1920 e 1927, parte do levantamento e construção de um *corpus* constituído por 241 imagens (ver Anexo A). Primeiramente, procurar-se-á realizar uma comparação entre a representação da mulher veiculada em ilustrações com aquela que recorre à fotografia, considerando a postura, pose e expressões do rosto.

De seguida, abordar-se o seu visual, nomeadamente vestuário, acessórios, penteado e maquilhagem. Parte essencial na transgressão do paradigma da mulher, o visual feminino sofre alterações profundas e definidoras do novo ideal de beleza. Através do visual, o modelo da *garçonne* é imediatamente

¹⁸² Ver Zipes, Jack (2008) «What Makes a Repulsive Frog so Appealing: Memetics and Fairy Tales», *Journal of Folklore Research*, 45(2), pp. 110-111 e 116-122.

reconhecível, no entanto, as modas diversificam-se e a “mulher moderna” encontra várias opções para expressar a sua identidade.

A terceira parte aborda as atividades modernas no qual os cenários das capas evidenciam a “mulher moderna”. Os tempos modernos são transgressores também no lazer e oferta de divertimento, vários espetáculos, *cabarets* noturnos, consumos ilícitos, veraneios e desportos se integram na vida da sociedade moderna, à qual a mulher também participa. Por vezes, as representações da *ABC* criam cenários ambíguos, no entanto, é possível fazer uma leitura que acrescente à sua caracterização.

Por último, focar-se-ão as atividades e práticas que, evidenciadas pelos cenários das composições, surgem associados à “mulher moderna”. Os tempos modernos são também caracterizados pela afirmação do lazer, com emergência de novas formas e oferta diversificação de divertimentos disponíveis. Vários tipos de espetáculos, *cabarets* noturnos, consumos ilícitos, práticas de veraneio e desporto são quotidianamente integrados na vida urbana, na qual a mulher também participa.

7.1. Posar para a tela, posar para a objetiva: mulheres ilustradas e mulheres fotografadas

Na anterior comparação entre as capas da *ABC* com outras congéneres internacionais, apesar da coincidência de temáticas e estilos, observa-se uma diferença particular: as revistas internacionais não exibem capas que incluam fotografias. A fotografia era uma novidade já do último quartel do século XIX e, na década de 1920, muitos estavam já familiarizados com o instrumento fotográfico.

A entrada da fotografia na imprensa permite ao público ter acesso a imagens realistas de regiões que conheciam, mas que nunca assim tinham conseguido ver. Como a fotojornalista do século XX, Gisèle Freund (1908-2000) afirma, ao passo que a palavra escrita é abstrata, a imagem é um reflexo concreto do mundo.¹⁸³ Já no início de 1900, era comum *magazines* que se consideravam modernas incluírem fotografias nos seus artigos, a par das já conhecidas ilustrações. Por exemplo, em 1906, a *Ilustração Portuguesa* anunciou um melhoramento das suas publicações, tornando-se o «verdadeiro *magazine*»¹⁸⁴. A gravura fotográfica oferecia a fidelidade à realidade que um desenho ou uma pintura não podiam alcançar. Esse marco mimético era, para alguns, fenómeno de apreciação, enquanto, para outros, «juntar no mesmo pé de igualdade da arte maravilhosa da paleta com a mecânica habilidade de uma objetiva de cristal [era] uma intenção iconoclasta»¹⁸⁵. Também a *ABC*, de acordo com a sua proclamação de modernidade, incluiu fotografias logo desde o primeiro ano de publicação.

Apesar de a inclusão de registos fotográficos logo na capa ser prática comum nas revistas ilustradas em Portugal, o mesmo não se observou nas revistas estrangeiras consultadas. Alguns dos títulos analisados como exemplos análogos à *ABC* no capítulo anterior, apenas exibem fotografias nas suas capas a partir de meados de 1930. Tal opção de revistas como a *Vogue* e *Vanity Fair*, bastante populares

¹⁸³ Ver Freund, Gisèle, (1974). *La fotografía como documento social*, (2.º Ed). Barcelona: Guastavo Gili, p.96.

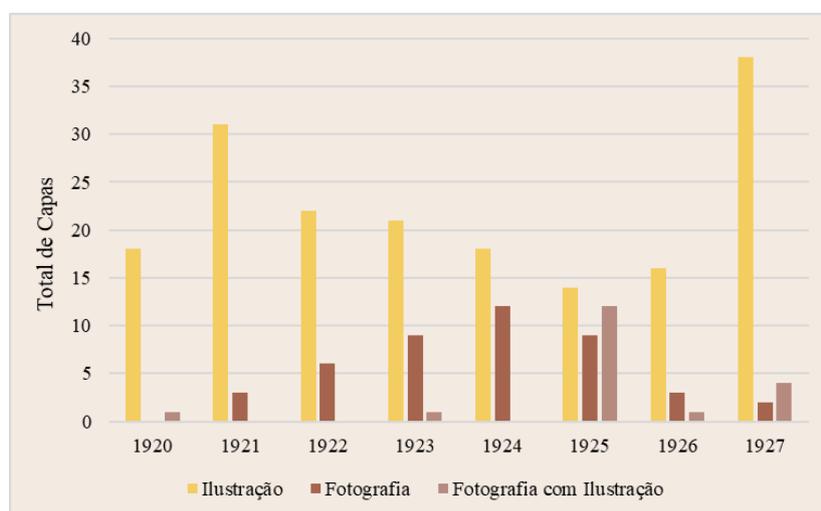
¹⁸⁴ «Uma Nova Ilustração Portuguesa», *Ilustração Portuguesa*, 3.º ano, n.º 118, 05/02/1906, p. 93.

¹⁸⁵ Z., «Pintura e Fotografia», *ABC*, 7.º ano, n.º 350, 31/03/1927, p. 9.

entre o público da época, revela opções editoriais, talvez baseadas na criação de uma imagem identitária facilmente reconhecível, ou possivelmente valorizando uma questão de autoria artística, uma vez que a fotografia apenas começa a dar os seus primeiros passos enquanto meio de expressão artística ao longo dos anos 1920. A *ABC* contorna esta possível questão juntando, em algumas capas, pintura e desenho à fotografia, fortalecendo a imagem com alguma personalidade artística, tornando-a mais original e interessante¹⁸⁶. Este recurso ao desenho funcionava também como complemento quando a qualidade da fotografia não era suficiente para se exibir a totalidade da capa. Um simples fundo com uma cor opaca em redor da figura dava um foco diferente à imagem enquadrada.

Nos sete anos do período em análise, 74% das capas da *ABC* com representações de “mulheres modernas” correspondem a ilustrações, uma significativa maioria face aos 26% de capas com fotografias, dos quais 8% são fotografias combinadas com algum tipo de ilustração (ver gráfico 7.1.1)

Gráfico 7.1.1. Representação da “mulher moderna” na *ABC*



É notório como, apesar de se incluir fotografia nas capas, as capas ilustradas continuavam a representar a esmagadora maioria dos números publicados. Os anos de 1924 e 1925 são períodos em que, apesar de a ilustração ainda dominar, se observa uma proximidade à quantidade de capas com fotografias. Esta é uma tendência que sofre um retrocesso nos dois anos seguintes, embora de 1928 em diante a *ABC* invertesse o rumo e passasse a apostar em força nas capas com fotografias.

É possível observar algumas diferenças entre as figuras femininas representadas por ilustração e aquelas que eram fotografadas. O primeiro aspeto que se evidencia é a identificação das mulheres representadas. Com uma única exceção, uma ilustração realista representando Cecília Oliveira, diva do espetáculo português que foi de digressão para os Estados Unidos da América¹⁸⁷, as capas ilustradas não

¹⁸⁶ Exemplos: 1.º ano, n.º 2, 22/07/1920; 4.º ano, n.º 168, 04/10/1923; 5.º ano, n.º 239, 12/02/1925; 5.º ano, n.º 250, 30/04/1925; 5.º ano, n.º 253, 21/1925; 6.º ano, n.º 268, 03/09/1925; 6.º ano, n.º 305, 20/05/1926; consultar as capas com fotografia e ilustração na tabela em anexo B.1: Tabela figura da mulher na composição.

¹⁸⁷ Ver 4.º ano, n.º 163, 30/08/1923 (Anexo A)

identificam ou esclarecem a identidade da mulher representada. Por outro lado, as fotografias, apesar de não mencionarem a autoria, incluem por vezes referência à identidade da mulher fotografada, não só através do nome, mas também da ocupação, profissão ou outros dados que a identificassem. Trata-se de rostos que já deveriam ser reconhecíveis pelo público, ou pessoas que, pelo seu estatuto, tinham o privilégio de ser fotografadas. Em termos publicitários a escolha destas personalidades é fator relevante, pois segundo Judith Williamson, quando o rosto de uma celebridade está adjunto a um produto, é criada uma suposição interpretativa pelo consumidor. Nem a mulher, nem o produto estão relacionados, mas a sua justaposição leva à construção de uma narrativa que lhes atribui o mesmo significado. Por outras palavras, o rosto da celebridade já carrega conotações no consumidor, assim, estas conotações são transferidas automaticamente para o produto, só pelo facto de ambos se situarem na mesma imagem¹⁸⁸.

No caso da *ABC*, a própria revista é o produto que se quer vender. Nas capas com fotografias de celebridades não surgem referências a publicidade de outros produtos, os únicos elementos adicionais são o título e preço da revista. Estas mulheres tornam-se embaixadoras da revista ao permitirem o seu rosto ser publicado na capa, comunicando a sua aprovação da própria *ABC* enquanto revista. Este tipo de *marketing* não difere do modelo publicitário contemporâneo, reforçando como estes tempos foram o início da indústria de massa dominada pelo sistema capitalista ainda hoje prevalecente.

Expor o rosto na capa de uma revista pode ser igualmente vantajoso para a mulher fotografada, uma vez que a revista também lhe oferece o reconhecimento do seu estatuto nacional, reforçando a sua popularidade.

A representação de um modelo de modernidade à *garçonne* resulta mais clara nas ilustrações, pela liberdade criativa permitida pelo desenho. As capas com fotografias consistem, na sua grande maioria, em retratos, uma vez que o importante é a identidade da mulher fotografada e não a sua representação imagética. Observa-se que cerca de 38% das capas com fotografias identificam a mulher representada. Ainda mais significativa é a descrição associada à identificação, evidência que essa mulher pertence a algum campo de notoriedade, sendo que este descritivo surge em 75% das fotografias.

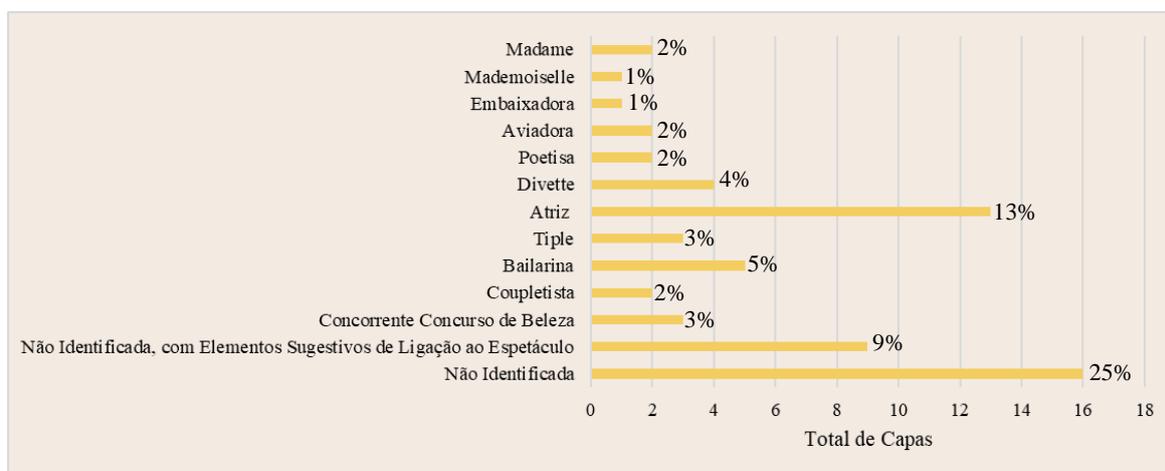
Que aspetos se poderão apontar nestas capas com fotografias que remetam para a identificação das figuras representadas enquanto “mulheres modernas”? Um dos mais diretos é precisamente a descrição que a *ABC* associa a cada particular mulher. Nem todas as capas com fotografias apresentam este descritivo e, mesmo considerando a irregularidade dos cortes que, por vezes, é observada nos exemplares consultados, é quase certo que tal não contava nos números apontados (para consulta da grelha de análise das capas com fotografia, ver anexo D).

Assim, a grande maioria não apresenta qualquer descrição (ver gráfico 7.1.2). Muitas das descrições remetem as fotografadas para o mundo do espetáculo: 62% dos descritivos correspondem a ocupações relacionadas com este universo, como atrizes, bailarinas ou tiples, por exemplo. Algumas das capas sem descrição representam na fotografia uma mulher com elementos que a associam de algum modo também

¹⁸⁸ Williamson, Judith (1983). *Decoding Advertisements...*, p. 25.

ao espetáculo, o que se deduz por exemplo do seu vestuário, pelo que se inclui uma categoria que procura contemplar estes casos. A emergência da indústria cinematográfica tinha popularizado várias atrizes do grande ecrã. Apesar de a produção cinematográfica nacional ainda estar a dar os primeiros passos nesta época, manifestava-se entusiasmo pelos novos filmes vindos de Hollywood, proclamada como «a capital do cinema»¹⁸⁹. Não são só os filmes que fazem sucesso, mas as atrizes são admiradas pelas suas performances, e jovem beleza. Rostos como de Mary Pickford (1894-1979), Gloria Swanson (1899-1983), Lilian Gish (1893-1993) era bem conhecidos: «têm exibido em Portugal a beleza do seu rosto e a graça do seu talento, todas elas nos têm feito rir ou chorar, através as suas maravilhosas criações»¹⁹⁰.

Gráfico 7.1.2. Descritivo associado à mulher fotografada



Apesar da popularidade já alcançada pelo cinema, o grande público continuaria mais próximo da programação dos teatros, preferindo os rostos femininos do espetáculo nacional, o que se evidencia nas capas com fotografias. Rostos como o de Aura Abranches (?-1962), Pilar Marti (1902-1988), ou Laura Costa (1901-?), tornaram-se referências do teatro e, muitas das atrizes que ficam associadas ao cinema mais à frente na década, como Beatriz Belmar (1902-1988) ou Beatriz Costa (1907-1996), começaram a sua carreira nos palcos.

O domínio das celebridades provenientes do mundo espetáculo é notório tanto nas imagens publicadas, como nos artigos do interior. Contudo, este é um mundo que também pode ser alvo de uma atenção menos favorável. Os espetáculos estão associados a divertimentos do período noturno e a associação de jovens a estes ambientes era moralmente questionada. Muitas destas carreiras, como a de corista, coupletista ou atriz, são vistas como resultado de favores e promiscuidade sexuais:

o caso é muito conhecido nos meios teatrais: um dia, determinada artista, de sedutora beleza, encontra um homem que a admira e desde esse momento a sua ascensão é

¹⁸⁹ Pamplona, Fernando de, «O Capital do Cinema», *ABC*, 7.º ano, n.º 335, 16/12/1926, p.7.

¹⁹⁰ «Quem são estas “Estrelas”?», *ABC*, 6.º ano, n.º 264, 06/08/1925, p. 2. Ver Montemór, Sergio de, «Três Belas Atrizes Inglesas», *ABC*, 4.º ano, n.º 200, 15/05/1924, p.1 0.

rápida, vertiginosa. [...] Ora! Foi o amante quem a fez! Sem Fulano ela não seria nada! [...] Quando uma das artistas por ele “lançada” readquire a sua liberdade, isto é, evidencia que já não tem amante, é certo que dois ou três dias depois uma nova “estrela” é anunciada¹⁹¹.

Descrições deste carácter, apesar da aparente jocosidade, não deixam de ter um tom de preconceito e malevolência, vincando uma associação da prostituição aos novos hábitos noturnos das “mulheres modernas”, mas também à sua emancipação, representando-as como promiscuas e vendo-as como mulheres descartáveis, pois não se dedicavam em exclusivo ao lar, tornando-se «o terror de muitas mulheres casadas»¹⁹². A mulher do espetáculo incorporava «a mentira da vida, a ilusão da opulência»¹⁹³, tinha uma «carreira abraçada a um grande sonho de glória e a uma implacável miséria. [...] a sua alegria [era] forçada. [...] Cada sorriso [era] um artifício com que oculta a sua dor, cada canção canalha um soluço de sua alma sofredora»¹⁹⁴. Esta imagem é transferida para a sua representação nas fotografias, mas sobretudo nas ilustrações. A aura de sedução da mulher é mais perceptível nas ilustrações, pela liberdade representativa que o meio ilustrativo permite.

As limitações da fotografia condicionam por vezes também a pose.

Apesar de 42% das capas apresentarem uma postura intencional de pose, em especial as fotografias, cerca de 58% das capas captam a mulher num momento descontraído, reforçando a ideia de que estas representações são documentos da observação natural da realidade e não uma atuação forçada e artificial para a imagem. No entanto, a diferença entre as figuras de mulheres que posam de forma intencional e as que aparentam ter sido apanhadas desprevenidas não é muito distante.

Na análise das tendências de pose do rosto e do corpo, encontram-se poses típicas de ilustração predominantes no estilo da Arte Déco, como o rosto de perfil ou um pé frontal e outro *en pointe*¹⁹⁵. No entanto, destaca-se uma pose em particular, mesmo que por vezes pouco perceptível – o ombro ligeiramente levantado, aproximando-se do rosto, o que pode sugerir uma atitude sedutora por parte da “mulher moderna”.

Estes tipos de movimentos corporais podem classificar-se como linguagem não verbal do *flirt*. Segundo o estudo psiquiátrico de David B. Givens em 1978, a posição do ombro encolhido no ser humano é um movimento submisso¹⁹⁶. No entanto, esta leitura *darwiana* que Givens faz refere-se ao movimento simultâneo dos dois ombros. No caso da “mulher moderna” das capas da *ABC*, este tipo de movimento apenas apresenta um ombro nesta posição, não aparentando submissão. No entanto, Givens faz uma observação pertinente para a análise, sugerindo que o encolhimento do ombro é um gesto comumente utilizado pelas atrizes europeias e norte-americanas para comunicar o carácter inocente

¹⁹¹ «A Arte de Lançar Artistas», *ABC*, 7.º Ano, n.º 324, 30/09/1926, p. 11.

¹⁹² Castro, Ferreira, «Como se Recrutam as Coristas», *ABC*, 5.º ano, n.º 244, 19/03/1925, p. 11.

¹⁹³ Castro, Ferreira, «Como se Recrutam as Coristas», *ABC*, 5.º ano, n.º 244, 19/03/1925, p. 11.

¹⁹⁴ Domingues, Mário, «A Odisseia da Coupletista de “Cabaret”», *ABC*, 8.º ano, n.º 386, 08/12/1927, p. 3.

¹⁹⁵ Ver Roylance, Dale. (1999) «Art Deco Paris...» p. 35.

¹⁹⁶ Givens, David B., (1978) «The Nonverbal Basis of Attraction: Flirtation, Courtship, and Seduction» *Psychiatry*, 41(4), p. 350.

da personagem, como uma criança pura e ingênua, sendo esta submissão sedutora para o sexo masculino¹⁹⁷.

A caracterização infantilizada da “mulher moderna” já era aludida pelo seu visual andrógono empubescido. No entanto, esta posição do ombro também cria um efeito de escudo na mulher, mostrando-a como alguém menos acessível, face à sua exposição “destapada” e frontal. Neste sentido, ela tem maior agência na sua sedução, aproximando-a da posição de dominador. Por outras palavras, este tipo de interpretações expressam a versatilidade da “mulher moderna”.

Segundo John Berger, a função das figuras femininas quando representadas em imagens é a solicitação da paixão sexual ao sexo masculino. Tal acontece predominantemente através do olhar da mulher que, consciente de que está a ser «vigiada, ela oferece a sua feminilidade»¹⁹⁸. Para ilustrar o seu argumento recorre a duas imagens, sendo uma delas a reprodução detalhada do rosto da mulher na pintura *A Grande Odalisca* (1814), de Jean Auguste Dominique Ingres (1780-1867) (imagem 7.1.1), concentrando a sua análise no rosto, e nomeadamente o olhar, para exemplificar uma instância de sedução representativa¹⁹⁹. No entanto, uma observação mais detalhada da imagem 7.1.1 constata que a sedução da figura não se restringe somente ao olhar. Evidentemente, a nudez do corpo figura uma sensualidade idealizada. Também a sua pose surge como convidativa.

Ingres posiciona o corpo de costas para o observador, o rosto de meio perfil e o ombro enquadrado no delineamento do rosto. A sedução da mulher é expressa pela proximidade do rosto com o ombro. Observando com atenção, o contraste da pintura situa-se entre o tom de pele (a mulher) e o fundo escuro. Quando se foca o rosto da mulher, o olhar é atraído para o ombro, um dos pontos mais iluminados da tela. O resultado é a perceção do contraste com a pequena escuridão entre o ombro e o queixo, deste modo, o observador obtém uma visão completa da intenção da mulher na pintura.

Em três dos exemplos incluídos na série 7.1.I, o ombro está visivelmente descoberto (imagens 7.1.1, 7.1.2 e 7.1.4). Na pintura de Ingres a mulher está nua, até porque a odalisca é uma escrava do Sultão, com a função utilizar a sua beleza e corpo para entreter a sala de convívio. Em duas das capas da *ABC* (imagens 7.1.2 e 7.1.4) existe algum tipo de panejamento presente na imagem, no entanto o seu posicionamento alude ao drapejar do vestuário no corpo da mulher, acentuando uma imagética sedutora.

¹⁹⁷ Givens, David B., (1977) «Shoulder Shrugging: A Densely Communicative Expressive Behavior», *Semiotica* 19(1-2), p.21.

¹⁹⁸ Berger, John (2018) *Modos de Ver*, Lisboa: Antígona, p. 71.

¹⁹⁹ Berger, John (2018) *Modos de Ver*, Lisboa: Antígona, p. 71.

Série de imagens 7.1.I: Representação da “sedução do ombro feminino”



7.1.1: Jean Auguste Dominique Ingres (1814), *A Grande Odalisca*, Pintura a óleo, Museu do Louvre



7.1.2: *ABC*, 7.º ano, n.º361; 16/06/1927, ilust. de Jorge Barradas



7.1.3.: *ABC*, 8.º ano, n.º387, 15/12/1927, ilust. de Jorge Barradas



7.1.4: *ABC*, 4.º ano, n.º177; 06/012/1923

Esta pose foi identificada em 45 capas do *corpus*²⁰⁰, no entanto, cerca de metade dessas imagens foram publicadas em 1927, ano em que as capas foram pretexto para a publicidade e representação dos clubes noturnos e das mulheres que os frequentavam. O paralelismo é pertinente, uma vez que, tal como as odaliscas, as mulheres associadas ao Bristol Club são também figuras de luxúria e entretenimento. Apesar de cerca de 19% das capas se enquadrarem neste tipo de linguagem corporal, o valor não deixa de ser alto o suficiente para realizar uma leitura de carácter e considerar uma comum linguagem não verbal por parte das mulheres nas capas da *ABC*. São raros os casos em que a sedução se observa na linguagem corporal da mulher, concluindo-se que este tipo de comunicação se expressa com maior tendência no rosto²⁰¹.

John Berger confronta pinturas consagradas da História da Arte que expõem a figura da mulher objetificada ao serviço do prazer sexual com fotografias publicitárias em revistas que apresentam o mesmo conteúdo, concluindo que existem mais semelhanças entre ambas as representações do que

²⁰⁰ O ombro encolhido pode estar representado em algumas capas sem intenção de representar algum tipo de sedução. Ver exemplos 2.º ano, n.º 49, 16/06/1921 ou 4.º ano, n.º 262, 23/07/1925 (Anexo A).

²⁰¹ Ver exemplos 3.º ano, n.º 238, 05/02/1925; 7.º ano, n.º 350, 31/03/1927 (Anexo A).

diferenças. O que as distingue é principalmente o meio em que são expostas, uma sendo uma pintura cristalizada nos museus e no tempo, a outra uma fotografia descartável e substituída por outra imagem semelhante na semana seguinte. Através de uma hierarquia entre diferentes meios de arte, ou exposição de imagens, naturaliza-se um condicionamento da nossa interação, e conseqüente interpretação, de uma imagem e da outra²⁰².

Berger reafirma a falta de agência do sexo feminino perante a subjugação representativa que o sexo masculino faz da mesma. Semelhantemente, a teoria de 1975 do *male gaze* (olhar masculino), de Laura Mulvey, expõe a posição *voyeurística* a que o observador está sujeito quando olha a figura da mulher e que a representação da mesma parte da construção subjetiva dos desejos eróticos do homem²⁰³.

Esta consideração é pertinente, uma vez que as capas da *ABC* foram concebidas e editadas por homens. A representação das “mulheres modernas” parte sempre do olhar masculino (o criador), no entanto, Mulvey também inclui este olhar na construção do olhar do público²⁰⁴. O paradigma de mulher dos Anos Vinte, apesar de se apresentar com um carácter tentador ao sexo masculino, também exercia influência sob o sexo feminino. Este seria o caso da interação entre as leitoras portuguesas da *ABC*, que se mostravam predominantemente interessadas em como atingir o visual de “moderna”.

O olhar das “mulheres modernas” é característica significativa da sua «beleza trágica! Mulheres que trazem no olhar a felicidade e a morte»²⁰⁵. É notório como muitas capas apresentam os olhos das mulheres fechados ou escondidos. As pálpebras eram descritas como a «quarta maravilha da mulher [...] o quarto segredo do encanto feminino»²⁰⁶, o que poderá dever-se aos novos costumes de maquilhagem ou apenas ao gosto estético do rosto com os olhos fechados (série 7.1.II).

²⁰² Ver Berger, John (2018) «3.» Em *Modos de...*, pp. 59-82; Howells, Richard (2003) «Ideology» Em *Visual Culture*, s.l: Polity Press, pp. 83-88.

²⁰³ Ver Mulvey, Laura (2003) «Visual Pleasure and Narrative Cinema» Em (Ed.) Jones, Amelia, *The Feminist and Visual Culture Reader*, Nova Iorque: Routledge, pp.44-53; Howells, Richard (2003) «Ideology» Em *Visual...*, p. 87; Rose, Gillian (2016) “How is Sexual Difference Visual 1: Watching Movies with Laura Mulvey”, Em *Visual Methodologies...*, pp. 155-165.

²⁰⁴ Cambridge, Nicolas (2017) «Seductive Visions: Gazing Across Time and Space in the Mor(t)ality Tales of Fashion Representation» Em (Ed.) Zantides, Eviropides, *Semiotics and Visual Communication II: Culture of Seduction*, Newcastle upon Tyne, p. 239

²⁰⁵ «O Tipo de Mulher Fatal ou as Trágicas Belezas» *ABC*, 7.º Ano, n.º 324, 30/09/1926, p. 3.

²⁰⁶ Castro, Ferreira de «O Encanto das Pálpebras Femininas» *ABC*, 5.º Ano, n.º 224, 30/10/1924, p. 2.

Série de imagens 7.1.II: “Mulheres modernas” que não evidenciam contacto visual



7.1.5: *ABC*, 2.º ano, n.º 62, 15/09/1921, ilustr. de Stuart Carvalhais



7.1.6: *ABC*, 5.º ano, n.º 238, 05/02/1925, ilustr. de Jorge Barradas

Apesar desta tendência, o levantamento quantitativo releva cerca de 71% de mulheres representadas de olhos abertos. Esta questão foi pertinente quando se considerou a captação intencional ou desprevenida das figuras femininas, chegando à conclusão de que este distanciamento do olhar se deve ao contacto visual com o observador, ausente em 68% das capas. O facto de muitas mulheres não estabelecerem contacto visual torna-as mais facilmente um alvo de observação, atenua a ideia de estas figuras existirem para ser observadas e não observar.

De um outro ponto de vista representativo, evitar contacto visual pressupõe um carácter distante ou desinteressado, sugerindo uma vez mais, a ideia de um escudo. Partindo desta leitura, a mulher é colocada numa posição de desejo inatingível, sem contacto visual nada nos une à mulher da imagem, restando-nos contemplá-la. Uma outra leitura desta ausência de contacto visual parte do estereótipo do autocentramento feminino ou, como Berger afirma, «a mulher deve continuamente prestar atenção a si mesma. Está quase sempre acompanhada pela imagem que tem de si»²⁰⁷. Se seguirmos a caracterização da *garçonne* enquanto uma mulher preocupada com a sua aparência, esta interpretação ganha plausibilidade.

A expressão facial da mulher pode ou não reforçar este distanciamento. Uma das diferenças representativas da representação do rosto humano em fotografias e ilustrações nesta época evidencia-se na presença do sorriso da figura. O levantamento quantitativo mostra que 56% das mulheres nas capas da *ABC* exibem uma expressão séria. Ainda que a sua seriedade não se apresente como zangada ou triste, em certos casos atenua o aspeto de sedução e em outros aparenta expressar reserva ou falta de interesse.

²⁰⁷ Berger, John (2018) *Modos de...*, p. 60.

No entanto, a quantidade de mulheres que apresentam algum tipo de sorriso não se diferencia muito das que o não fazem, o que merece uma consideração mais atenta.

O retrato, fosse fotográfico ou ilustrado, era sinal de distinção social. Da mesma forma como a pintura tradicional de séculos passados retratava a nobreza e monarquia em cenário e poses fabricadas que atenuavam e elevavam o seu estatuto de importância, o mesmo acontece nos primórdios da fotografia no século XIX. O aparelho fotográfico era o novo método de imortalizar o rosto de alguém. A grande particularidade destes retratos é a ausência do sorriso no rosto. Revelar na fotografia um sorriso, ou outro tipo de emoção, não era convencionalmente aceite. Numa altura de rígida distinção entre assuntos privados e públicos, manifestar emoções era um ato íntimo e, portanto, privado, logo não deveria ser captado para representar o estatuto familiar ou individual, pois via-se como um risco à desejada imagem de seriedade e respeito. Por outro lado, o aparelho fotográfico não tinha capacidade técnica para captar a imagem instantaneamente, pelo que era necessário permanecer numa posição estática por longos segundos, tornando qualquer esforço muscular do corpo ou do rosto desconfortável. Outra possibilidade pode envolver a higiene dentária, evitando expor os dentes para a câmara fotográfica²⁰⁸.

A disseminação de retratos que expressam sorrisos aumentou durante a década de 1920. A diversificação de lazer e a valorização da diversão que marcavam os tempos poderá ter contribuído para a representação de uma maior variedade de emoções, sobretudo o sorriso e a alegria, oferecendo um carácter humanizado a quem é fotografado. Os retratos deixam de apresentar uma austeridade fabricada e ganham um carácter humanizado.

Esta particularidade expressiva é notória nas capas da *ABC*, que não só mostram várias “mulheres modernas” a sorrir, mas a exhibir os dentes, tanto em ilustrações como em fotografias (série 7.1.III). A revista apostou na sua primeira capa não só numa ilustração de uma mulher a sorrir, mas também a seu lado um anúncio de pasta dentífrica da marca *Gibb's* (imagem 7.1.7)²⁰⁹.

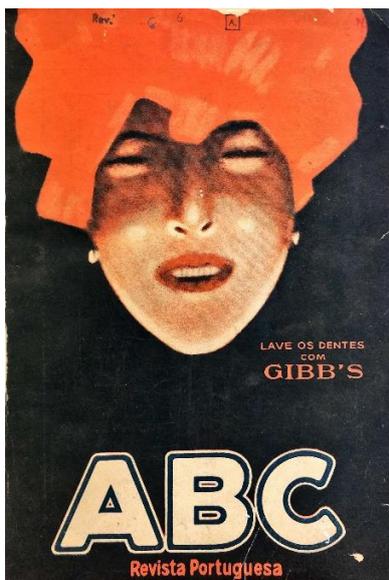
As mulheres que evidenciam algum tipo de sorriso constituem 39% do *corpus*, número considerável segundo as novas tendências representativas do retrato humano durante esta época. O arquétipo da *garçonne* descreve-a enquanto uma mulher carismática, alegre e divertida, e a representação do sorriso reforça a sua boa-disposição, integrando a felicidade como atributo característico do seu estilo de vida. Por outro lado, também atenua as suas características mais ousadas. Luís Córdova escrevia na *ABC*: «o sorriso é nas mulheres a sua melhor arma. [...] O sorriso, quando bem utilizado, adentro da sua variadíssima coleção, é uma qualidade que nem todas possuem»²¹⁰.

²⁰⁸ Flynt, Suzanne L. (2009) «Don't Smile for the Camera: Expression in Early Photography» *Historical Journal of Massachusetts*, 37(1), p. 5.

²⁰⁹ Por vezes, apesar de raro, existem mulheres a exibirem os dentes, mas que não demonstram estar a sorrir. Ver exemplos a. 7.º, n.º 355, 05/05/1927; a. 7.º, n.º 358, 26/05/1927.

²¹⁰ Córdova, Luís, «Os Sorrisos das Mulheres» *ABC*, 2.º Ano, n.º 74, 08/12/1921, p. 2.

Série de imagens 7.1.III: “Mulheres modernas” a sorrir



7.1.7: ABC, 1.º ano, n.º1;
15/07/1920



7.1.8: ABC, 6.º ano, n.º264;
06/08/1925



7.1.9: ABC, 2.º ano, n.º105;
13/06/1922;

As características identificadas na representação do rosto das mulheres da ABC permite-nos chegar a algumas conclusões:

- A “mulher moderna”, representada segundo as capas da ABC, pode revelar-se como sedutora, característica que se manifesta tanto pela sua pose desprevenida ou intencional, como pelo posicionamento do seu ombro, intencionalmente realçado na imagem. O seu rosto evidencia um contacto visual presente com o observador e o seu sorriso pode estar presente por vezes, no entanto encontra-se ausente na maioria das vezes.
- A “mulher moderna” surge como uma mulher alegre e a ABC reforça esta caracterização publicando imagens da mesma a sorrir (preferencialmente a exhibir os dentes), em poses espontâneas ou intencionais, que não exigem o contacto visual com o observador.
- A pose da “mulher moderna” pode por vezes ser representada de forma a indicar o seu distanciamento intencional, numa pose de ombro encolhido, sem contacto visual e de sorriso ausente.

Ao considerar o rosto da figura humana enquanto um dos refletores de personalidade, procurou-se analisar as tendências expressadas pelo rosto das mulheres das capas da ABC²¹¹. A pose da figura, o seu contacto visual e o sorriso foram os indicadores de linguagem corporal mais adeptos para averiguar a caracterização da “mulher moderna”. Apesar da presença ou ausência destes indicadores facilitar uma leitura da personalidade, a descrição de cada um não se aplica a cada capa. Por exemplo, nem todas as

²¹¹ A análise quantitativa da maioria das categorias discutidas neste ponto podem ser consultadas no anexo B.1: Tabela figura da mulher na composição.

mulheres representadas nas capas da *ABC* classificadas como sedutoras, apresentam o ombro encolhido. No entanto, a grande tendência é que as mulheres representadas nesta pose surjam como sedutoras.

Evidenciaram-se ainda diferenças notórias entre as representações das capas ilustradas e com fotografias. Ao passo que representações do sorriso são fáceis de indicar em qualquer tipo de imagem, a espontaneidade da figura já não tanto, uma vez que a fotografia ainda seguia a tradição de estúdio, não permitindo tanta liberdade criativa como a ilustração.

7.2. “Modas do ABC”: o êxito das pernas, das pérolas e das peles

O novo paradigma de mulher dos Anos Vinte reflete-se na diversificação do vestuário feminino. Em grande medida, o visual da “mulher moderna” é um dos fenómenos que melhor contribui para a transgressão desta nova imagem feminina da época. O padrão da feminilidade sofre uma alteração que preocupa moralmente os mais conservadores, e mediante a opinião polarizadora, os meios de comunicação da época incentivavam este modelo, exibindo imagens e dando conselhos de adesão ao mesmo.

Abordar-se-á de seguida o visual da “mulher moderna” segundo as capas da *ABC* e como este contribui para a sua caracterização. O foco será a análise e interpretação das principais tendências recorrentes que podem ser observadas nas capas da *ABC* ao longo do período em estudo, não sendo possível contemplar todas as questões que envolvem a moda dos Anos Vinte, já abordadas em diversos estudos e sob diferentes perspetivas. Procurar-se-á aqui inferir a partir da análise das tendências dominantes do visual da “mulher moderna”, segundo as capas da *ABC*, possíveis características tipificantes deste modelo, refletindo sobre a sua relação com as características anteriormente abordadas.

Dando continuação ao foco no rosto da figura feminina, um dos elementos caracterizadores mais distintivos da “cabelos à Joãozinho” é o seu cabelo curto. O encurtamento dos cabelos é um ato moderno, pois «o penteado devia necessariamente sofrer a influência da vida febril»²¹² dos tempos modernos e torna-se marca da transgressão ao visual precedente. Os Anos Vinte tornam-se «a época do terror para os cabelos compridos»²¹³. Segundo Gabriela Mota Marques, os artigos e imagens publicadas pela imprensa teriam incentivado não só o novo corte, mas opiniões sobre o mesmo²¹⁴. Afirma-se que «os cabelos curtos nasceram na America e foi o cinema, o cinema que tudo revela e desvenda, o seu propagandista, quem primeiro elogiou os cabelos cortados»²¹⁵, reforçando a influência do celebritismo das estrelas do ecrã.

Nas capas da *ABC*, apesar da exibição de mulheres com este visual começar logo no ano de 1920, apenas por volta de 1924-1926 é que se começa a registar uma clara predominância de artigos dedicados ao cabelo cortado pelas orelhas. No levantamento realizado confirma-se que 79% das capas apresentam

²¹² M.R.C., «Penteados» *ABC*, 6.º ano, n.º 265, 13/08/1925, p. 6.

²¹³ Delgado, Beatriz, «Qual é o Penteado da Moda?» *ABC*, 6.º ano, n.º 285, 11/03/1926, p. 7.

²¹⁴ Marques, Gabriela Mota (2007). “*Cabelos à Joãozinho*” ..., p. 54-55.

²¹⁵ Alpains, João de, «Os Cabelos Cortados e as Artistas», *ABC*, 7.º ano, n.º 313, 15/07/1926, p. 18.

mulheres com o cabelo curto, resultado significativo e de acordo com a tendência. Existem também capas com mulheres de cabelo comprido, no entanto, o resultado é significativamente mais baixo, apenas 10%. Os restantes 11% não foi possível classificar, por se tratarem de imagens em que o cabelo da figura se encontra coberto e não visível.

O cabelo curto desta época, aquilo que no vocábulo anglo-saxónico se nomea como um corte *bobed*, poderia seguir uma variedade de cortes e penteados, permitindo alguma diversidade entre o uso do cabelo curto. A *ABC* exhibe diversos estilos de corte de cabelo curto típicos da época, no entanto, para efeitos de análise, confrontar-se-ão apenas as representações de mulheres de cabelo curto com as de cabelo comprido.

Nas capas da *ABC*, a grande maioria dos cortes de cabelo curto representados seguem o corte clássico pelas orelhas, acima do queixo e expondo a nuca. O uso de franja e retangularidade do corte, típico do estilo holandês, é optativo, mas comum (imagem 7.2.1.). Porém, a maioria apresenta o corte *shingle*, identificado pelos cachos de cabelo expostos na lateral do rosto. As atrizes Ina Claire (1893-1985) ou Louise Brooks (1906-1985) distinguiram-se com este visual²¹⁶.

A popularidade do cabelo curto é muitas vezes atribuída à bailarina Irene Castel (1893-1969), que em conjunto com o marido, Vernon Castel (1887-1918), integraram o *waltz* e o *fox-trot* como um género de dança em voga no início do século, chegando a dar aulas de como melhor dançar cada um dos géneros. Segundo Linda Simon, na década de 1910, a jovem Irene Castel integrou a roupa larga e tubular com o cabelo curto no seu visual, por uma questão de conforto e praticidade do dia à dia²¹⁷. Irene Castel tinha um apelo social que se expressava para além da sua elegância em palco e o seu visual inovador era mote para outras jovens se deixarem influenciar pelo mesmo caminho, mas apenas mais tarde, na década de 1920, é que este visual se dissimulou e modernizou, integrando o novo paradigma de mulher moderna como imagem de marca²¹⁸.

Para arranjar o cabelo de forma mais elegante, as mulheres recorriam a rolos, ou então a permanentes, sendo o método de ondulação (*finger waves* ou *marcelling*) popularizado pelo cabeleireiro François Marcel Grateau (1852-1936). A técnica consistia em moldar o cabelo em ondulações serpenteadas recorrendo a instrumentos quentes próprios. Esta inovação técnica permitia uma elegância dinâmica ao cabelo, criando um efeito menos volumoso, mas mais destacado devido à definição. A ondulação, ou mesmo a descoloração (alourando a cor do cabelo), eram métodos de efeminizar o corte, revertendo ligeiramente a aparência máscula que resultaria do cabelo tão curto²¹⁹. Apesar de muito

²¹⁶ O corte *shingle*, por vezes também é identificado como o *corte à Ina Claire*, uma vez que a atriz popularizou o estilo e tornou marca da sua imagem enquanto celebridade.

²¹⁷ Ver Simon, Linda (2017) *Lost Girls...* pp. 129-135.

²¹⁸ Ver Knowels, Mark (2009) *The wicked waltz and other scandalous dances: outrage at couple dancing in the 19th and early 20th centuries*. McFarland & Company, Inc., Publishers, pp. 76-81.

²¹⁹ Mahawatte, Royce (2019) «Self and Society Part II: Fashioning Social Hair» Em (Ed.) Biddle-Perry, Geraldine, *A Cultural History of Hair in the Modern Age*, (Vol. 6), Londres: Bloomsbury Academic, p. 45.

característico dos Anos Vinte, as capas da *ABC* pouco exibem este penteado, sendo identificável apenas em 6 capas (imagem 7.2.2).

Outro corte popular nesta década, que, ao contrário da ondulação permanente, acentuava o aspeto masculino, era o corte *Eton* (imagem 7.2.3). Este estilo puxava os cabelos para trás com brilhantina, o que para além de retirar volume, permitia a imobilidade do cabelo, sendo útil para artistas de palco. A famosa bailarina Josephine Baker (1906-1975) foi uma das celebridades que ficou conhecida por este corte de cabelo.

Apesar da importância que esta diversidade de cortes de cabelo femininos assume na descrição da “mulher moderna”, a grande maioria das capas da *ABC* não apresenta grande pormenorização que destaque o cabelo. Frequentemente representado, em particular nas ilustrações, até mesmo quando aparentemente escondido por algum acessório, os artistas esforçam-se por incluir o cabelo curto, insinuando ou adivinhando o novo corte ao acentuar ligeiramente partes laterais do cabelo. Tal reforça a importância representativa que o cabelo curto assume na descrição da “mulher moderna”, sendo quase que um elemento imprescindível²²⁰.

Série de imagens 7.2.I: Exemplos de estilos de cabelo curto



7.2.1: *ABC*, 7.º ano, n.º 339;
13/01/1927



7.2.2: *ABC*, 3.º ano, n.º 119,
26/10/1922



7.2.3: *ABC*, 7.º ano, n.º 323;
23/09/1926, ilust. de Jorge
Barradas

²²⁰ Ver exemplos 1.º ano, n.º 21, 02/12/1920; 1.º ano, n.º 34, 03/03/1921; 1.º ano, n.º 44, 12/05/1921; 2.º ano, n.º 60, 01/09/1921; 2.º ano, n.º 63, 22/09/1921; 2.º ano, n.º 82, 02/02/1922; 2.º ano, n.º 94, 27/04/1922; 3.º ano, n.º 109, 17/08/1922; 4.º ano, n.º 183, 17/01/1924; 4.º ano, n.º 187, 14/02/1924; 4.º ano, n.º 207, 03/07/1924; 5.º ano, n.º 252, 14/05/1925; 6.º ano, n.º 280, 26/11/1925; 7.º ano, n.º 350, 31/03/1927; 7.º ano, n.º 355, 05/05/1927; 7.º ano, n.º 364, 07/07/1927; 8.º ano, n.º 381, 03/11/1927 (Anexo A).

Segundo Royce Mahawatte, o cabelo enquanto parte do visual físico age como uma metáfora social, ou seja, o cabelo deve conformar-se aos padrões da cultura em que se insere e, geralmente, tal é atingido através do corte, do estilo e da sua manutenção²²¹.

Nos Anos Vinte, as mulheres usam o cabelo para simbolizar a sua transgressão aos padrões de género e, se cortar o cabelo acima do queixo e expor a nuca era sinónimo da nova feminilidade, muitas jovens insistiriam em se adaptar socialmente aos novos modelos. Como nota a *ABC*, «as barbearias femininas [eram] frequentadíssimas – [tinham] mais freguesas que as dos homens»²²². De facto, o novo corte de cabelo exigia uma constante manutenção, pois «os cabelos cortados golpeados à *garçonne*, teem as suas necessidades»²²³, sendo o conforto financeiro para sustentar estas necessidades um pré-requisito. Os preços destas visitas ao cabeleireiro eram dispendiosas e não acessíveis a todas as mulheres²²⁴.

Corresponder ao aspeto visual do novo paradigma de feminilidade não resulta de uma única instância, mas no reforço repetido da manutenção desse novo padrão. Se romper com a convenção nesta época implicava uma despesa continuada, deduz-se que as mulheres que se apresentam como *garçonnes* eram mulheres que efetivamente também conseguiam sustentar a sua manutenção. Embora fosse possível procurar atingir o mesmo visual a mais baixo custo, cortando o cabelo em casa, o modelo à *garçonne* era associado a um grupo de mulheres com maior disponibilidade financeira, embora a sua emulação se pudesse estender a outros grupos sociais que também o desejavam, inspiradas pelo visual promovido por várias celebridades e difundido em periódicos como a *ABC*.

Com menor predominância nos artigos e conselhos da *ABC*, mas igualmente relevante para a caracterização da aparência da “mulher moderna” na década de 1920, surge a maquilhagem. Marco de beleza, a pintura do rosto acentua certos traços e disfarça outros, sendo caracteristicamente associada ao estrelato do cinema e teatro, ou, comum na época, aos cabarés e outros espaços de diversão noturna. Durante a década de 1920, o termo “maquilhar” entra no vocabulário conotando uma vez mais um tipo de metáfora social. Segundo Kathy Peiss, o ato de maquilhar era uma forma de consumir uma identidade ou um estilo²²⁵. O rosto da “mulher moderna” nos Loucos Anos Vinte é tipicamente associado à vida noturna, carregado de cores, ora fortes, ora vibrantes. Perante a proliferante indústria de cosméticos e os constantes apelos da publicidade para dar atenção à beleza física, a maquilhagem oferecia carácter mais ousado à mulher jovem, integrando a cultura de cosméticos na cultura moderna e passando a fazer parte das expectativas do novo padrão de beleza da época.

Os traços mais identificáveis do arquétipo da *garçonne* são os olhos esbugalhados e redondos, com pestanas compridas em cima e em baixo, geralmente acentuados com lápis *kohl* escuro para destacar o

²²¹ Mahawatte, Royce (2019) «Self and Society...», p. 43.

²²² Alpains, João de, «Os Cabelos Cortados e as Artistas», *ABC*, 7.º ano, n.º 313, 15/07/1926, p. 18.

²²³ Alpains, João de, «Os Cabelos Cortados e as Artistas», *ABC*, 7.º ano, n.º 313, 15/07/1926, p. 18.

²²⁴ Sobre preços nos cabeleireiros da época, ver Marques, Gabriela Mota (2007). “*Cabelos à Joãozinho*” ..., pp. 57-58

²²⁵ Peiss, Kathy (2011) *Hope in a Jar: The Making of America's Beauty Culture*, Philadelphia: University of Pennsylvania Press, p. 4.

contorno dos olhos e ligeiramente as pálpebras. As sobrancelhas deviam ser esculpidas tão finas como um fio e compridas, em forma de arco. O rosto surgia corado e pálido, com lábios vermelho escuro, mas finos, apresentando o lábio superior esculpido em forma de “arco de cupido”. Estes são traços generalistas do que se esperava encontrar numa “mulher moderna” e jovem dos Anos Vinte.

Este rosto maquilhado ganha tanto maior destaque quanto mais branca e clara for a pele, de modo a dar visibilidade á maquilhagem²²⁶. Os padrões de beleza ditavam um limite de cores para cada zona do rosto e, por a palidez ser necessária para destacar o *rouge* das maçãs do rosto, este padrão excluía mulheres com tons de pele mais escuros. Os cosméticos eram uma indústria nova e a sua atenção comercial e discurso publicitário dirigiam-se a um público específico e promoviam um ideal de beleza que excluía um grande grupo de mulheres. Um exemplo ilustrativo da falta de adaptação da indústria de cosméticos aos diferentes tons de pele era o caso da artista Josephine Baker. Apesar do seu sucesso enquanto dissimuladora das danças modernas no ocidente, a bailarina sentia a pressão do ideal de beleza, acabando por recorrer ao aclareamento da pele e ao reforço do pó de arroz para tornar o rosto mais pálido²²⁷. Apesar disto, Josephine Baker ficou gravada na memória coletiva como um exemplo da beleza caracterizadora de uma *flapper* do palco, com os olhos e lábios escuros, o corte à *Eton*, e por vezes ondulações *Marcel*²²⁸.

Outros rostos dissimuladores deste modelo para o grande público foram o de Clara Bow (1905-1965), pelos lábios em forma de “arco de cupido” e os olhos redondos; Greta Garbo (1905-1990), pela sombra dos olhos descaída e as sobrancelhas em fio; ou Pola Negri (1897-1987), pelos olhos carregados de *kohl* escuro, entre outros exemplos de atrizes do cinema norte-americano que se destacaram pelo rosto moderno.

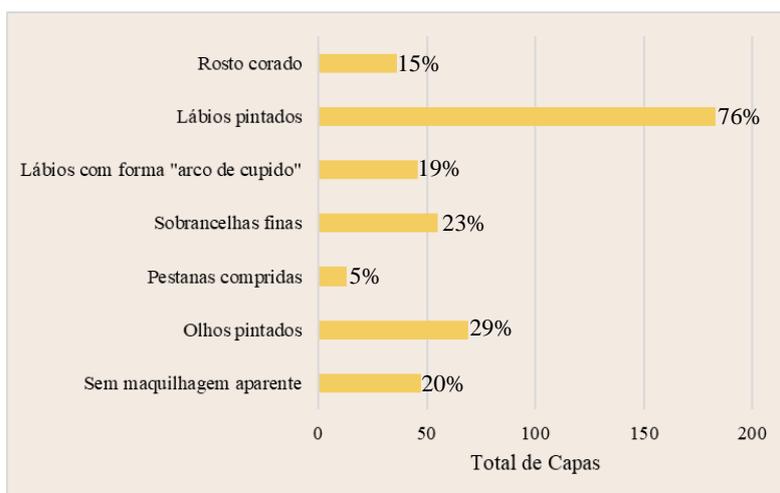
A maquilhagem das figuras femininas representadas nas capas da *ABC* parte dos critérios comuns do rosto idealmente maquilhado à estilo *garçonne* ou *flapper*. Observa-se que 80% das mulheres apresentam alguma maquilhagem, sendo a mais comum nos lábios, que se encontram pintados em cerca de 76% das capas. No que respeita à cor, apesar da tendência mostrar a cor vermelha acerejada, as capas da *ABC* optam por seguir a paleta cromática da imagem. Tal é notório nas ilustrações: se a imagem elege tons mais alaranjados, esverdeados ou azulados, os lábios da mulher são coloridos de acordo essa cor em nome da coerência cromática da composição. No entanto, os tons avermelhados são significativamente mais comuns face a outras cores.

²²⁶ Peiss, Kathy (2011) *Hope in a Jar...*, p. 7.

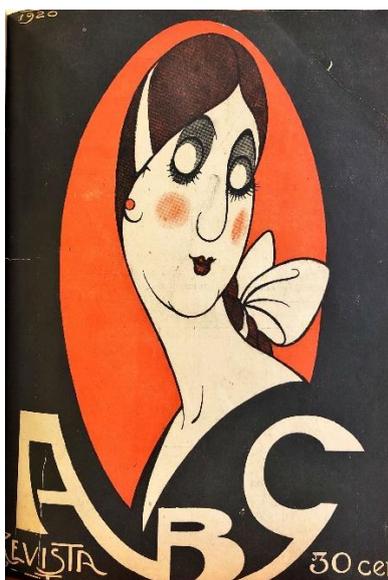
²²⁷ Para ler sobre Josephine Baker e a relação com a indústria cosmética e padrão de beleza vigente, ver Jules-Rosette, Bennetta (2000) «Two Loves: Josephine Baker as Icon and Image», *Emergences* 10(1), pp. 55-77. Sobre a indústria de cosméticos e a relação discriminatória para com mulheres afro-americanas entre 1890 e 1930, ver Peiss, Kathy (2011) *Hope in a Jar: The Making of America's Beauty Culture*, Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

²²⁸ Aucoin, Kevin (1997) *Making Faces*. s.l. Little, Brown and Company, p. 110.

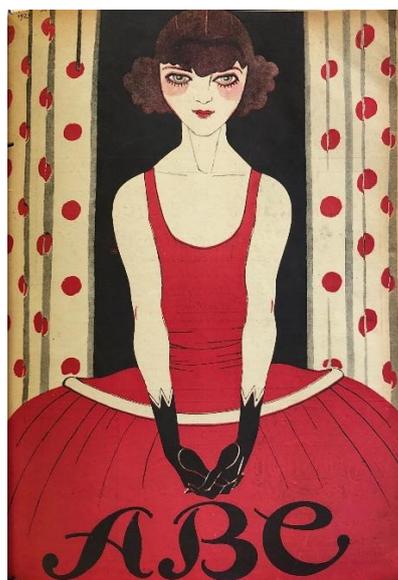
Gráfico 7.2.1. Tendências de maquiagem da “mulher moderna”



Série de imagens 7.2.II: “Mulheres modernas” maquiadas



7.2.4: ABC, 1.º ano, n.º 35; 10/03/1921



7.2.5: ABC, 2.º ano, n.º 87; 09/03/1922

A importância de um rosto corado não se refletiu com frequência, apesar de nos primeiros três anos se constatar uma predominância na escolha de dar cor às maçãs do rosto das mulheres, reforçando a ideia da sua juventude, saúde e possível fertilidade. O decréscimo é notório ao longo do período em estudo, sendo que nos anos seguintes encontramos apenas quatro capas com mulheres coradas.

As pestanas também eram um detalhe pouco destacado. É possível observar o desenho das pestanas em várias capas, no entanto a sua representação não é facilmente perceptível. Para a contagem das capas que exibem pormenorização das pestanas, apenas se considerou a sua exibição reforçada (imagens 7.2.4.

e 7.2.5). A maquiagem nos olhos trabalhava-se através da negritude do *kohl*, sendo raro o clássico rosto à *flapper-vamp*, que apresenta as pálpebras escuras e carregadas.

No geral, o uso da maquiagem é comum na representação do rosto moderno nas capas da *ABC*. Na década de 1920, a normalização da maquiagem encontra-se associada ao desenvolvimento da indústria cosmética, assinalando uma clara transgressão com o passado. Desde a antiguidade que o uso de maquiagem surge associada ao lenocínio e, por isso, conotada com o pecado da luxúria, sendo as mulheres que aplicavam pigmentos no rosto mal vistas pelos mais conservadores²²⁹.

Porém, do outro lado, o uso de maquiagem representava também um símbolo de protesto e direito à feminidade das mulheres²³⁰. Em protestos do movimento sufragista, as mulheres marchavam com os lábios pintados de vermelho como um ato de rebelião contra o preconceito associado ao uso de batom vermelho por mulheres. A maquilhadora Elizabeth Arden (1881-1966) chegou a distribuir batons por cerca de quinhentas mil sufragistas nas ruas de Nova Iorque²³¹. A manifestação de rebelião através da aparência reflete uma posição pública sobre a condição feminina na qual sufragistas e *garçonnes* se assemelhavam e aproximavam.

O visual moderno podia ser complementado através de diversos acessórios. Se as capas revelam influências do movimento da Arte Déco, outros acessórios, como a representação da joelheira moderna, passam a fazer parte da decoração, tanto do cenário como da figura feminina, reforçando a elegância, beleza e modernidade do visual da mulher representada.

A venda do que é considerado “decorativo” proliferava durante o dealbar da sociedade de consumo alimentada pela publicidade do período Déco. Para o público feminino, a catalogação de novos produtos da moda variava da decoração interior, eletrodomésticos, cosméticos e bijutaria²³². Nas capas analisadas, 69% das mulheres surgem com algum tipo de acessório, sendo que 52% apresentam algum tipo de bijutaria, fossem brincos, colares, anéis ou pulseiras (gráfico 7.2.2)²³³.

As pérolas dominavam, sendo declaradas como «o culto da mulher»²³⁴, e ocupam 12% dos colares representados nas “mulheres modernas” das capas da *ABC*, reforçando o seu estatuto de elegantes e abastadas.

Os acessórios, apesar de complementários ao visual, «revelam, mais do que a “toilette”, a personalidade da Mulher»²³⁵, e são essenciais à representação do acesso à distinção social, uma vez que seriam poucas as mulheres que teriam condições financeiras para conseguir sustentar a compra de um leque variado de joias e outros acessórios.

²²⁹ Ver Gurrieri, Lauren e Drenten, Jenna (2021). «The feminist politics of choice: lipstick as a marketplace icon» *Consumption Markets & Culture*, 24(3), p. 233.

²³⁰ Este ato simbólico perdurou nas seguintes vagas feministas, ver Lauren e Drenten, Jenna (2021). «The feminist politics...» pp. 225-226.

²³¹ Ver Lauren e Drenten, Jenna (2021). «The feminist politics...» p. 227.

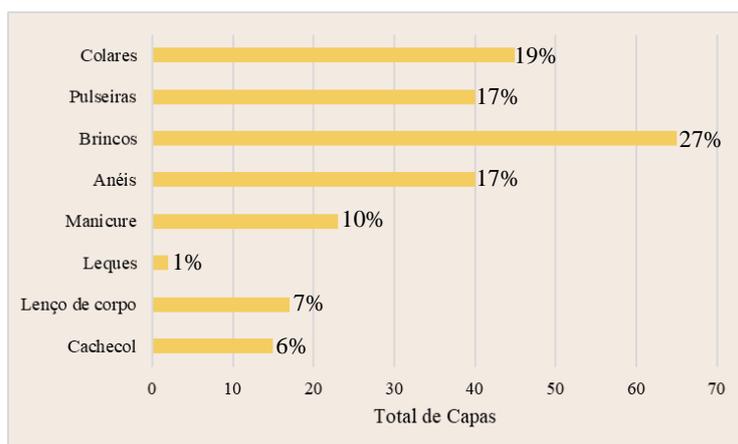
²³² Fischer, Lucy (2003) *Designing women: cinema, art deco, and the female form*, Nova Iorque: Columbia University Press, p. 61.

²³³ Consultar análise na tabela em Anexo B.3: Tabela aparência da *mulher moderna* – detalhe.

²³⁴ Miriam, «A Mulher e as Pérolas», *ABC*, 4.º ano, n.º 209, 29/05/1924, p. 12.

²³⁵ «Os Acessórios», *ABC*, 7.º ano, n.º 323, 23/09/1926, p. 20.

Gráfico 7.2.2. Tipo de acessórios nas capas da ABC



Uma das particularidades do uso de bijuteria nas capas da ABC é que, pelo seu carácter de detalhe no visual de uma mulher, o mesmo poderia ser utilizado enquanto um método de assinatura do autor. O exemplo é notório nas ilustrações de Jorge Barradas em 1920. Novo na carreira enquanto artista, Barradas ainda não se destacara o suficiente para ser reconhecido através do seu traço artístico, como iria acontecer mais tarde. Observa-se que quatro capas publicadas na segunda metade do ano de 1920, e assinadas pelo jovem ilustrador, exibem mulheres com o mesmo anel de pedra oval com um vermelho prenunciado (série 7.2.III). Em três dos casos (imagens 7.2.6, 7.2.8, 7.2.9), o vermelho é utilizado como cor dos lábios e, do ponto de vista analítico da composição, o olhar é atraído pela proximidade das cores, logo, ao focarmos o anel, redirecionamos o nosso olhar para os lábios, e vice-versa.

A gramática semiótica de uma cor varia segundo o seu contexto sociodemográfico e histórico²³⁶. No caso do vermelho, muitas leituras foram aferidas ao seu uso, como, por exemplo, ser uma cor conotada ao amor e à sexualidade, ao alerta e perigo, ou à guerra e revolução. Limitando a nossa interpretação para o seu uso associado à “mulher moderna”, estudos psicológicos testaram a teoria da sedução heterossexual derivada da estimulação a partir da cor vermelha²³⁷. Associado ao arquétipo da *garçonne* e da *flapper*, o uso do vermelho reforça o seu carácter fatal e sedutor, analogamente ao efeito das referências à bailarina alemã Anita Barbier, discutido anteriormente.

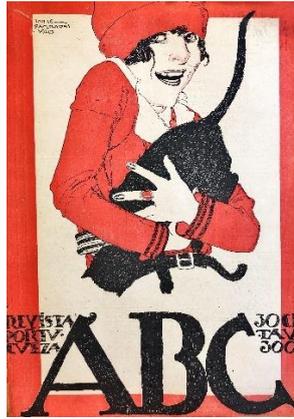
²³⁶ Ver Kress, Gunther e Leeuwen, Theo Van (2002). «Colour as a semiotic mode: notes for a grammar of colour», *Visual Communication*, 1(3), pp. 343-346.

²³⁷ Ver Elliot, Andrew J. e Niesta, Daniela (2008). «Romantic red: Red enhances men’s attraction to women» *Journal of Personality and Social Psychology*, 95(5), pp. 1150-1164.

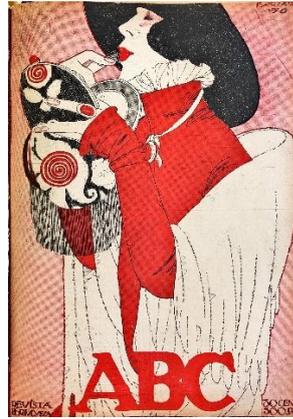
Série de imagens 7.2.III: “Mulheres modernas” ilustradas por Jorge Barradas com o mesmo tipo de anel



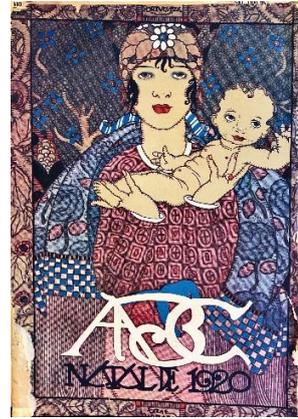
7.2.6: *ABC*, 1º ano, n.º 16, 28/10/1920, ilustr. de Jorge Barradas



7.2.7: *ABC*, 1º ano, n.º 21, 02/12/1920, ilustr. de Jorge Barradas



7.2.8: *ABC*, 1º ano, n.º 23, 16/12/1920, ilustr. de Jorge Barradas



7.2.9: *ABC*, 1º ano, n.º 24, 23/12/1920, ilustr. de Jorge Barradas



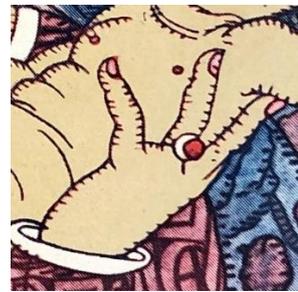
Pormenor da imagem 7.2.6.



Pormenor da imagem 7.2.7.



Pormenor da imagem 7.2.8.



Pormenor da imagem 7.2.9.

Apesar de ser válido fazer leituras representativas, o anel vermelho com grande probabilidade fora um meio que Barradas arranjava para criar uma discreta autoria das ilustrações no início da sua colaboração com a *ABC*, ou simplesmente a representação de uma peça que lhe era familiar na realidade.

Nada ditava o visual moderno como o vestuário. Complementado pelo uso da maquilhagem, bijutaria e novos penteados, a roupa das mulheres modernas seria um dos motivos mais vincados para a identificação e caracterização do novo paradigma social e feminino.

A silhueta do vestuário feminino sofre uma transformação, pois «a mulher mudou de vida e logo mudou de traje»²³⁸. Altera-se o acento nas suas formas mais curvilíneas, retirando a maturidade do seu corpo. As mulheres modernas abandonam a rigidez dos espartilhos e substituem-nos por um mais «moderno, flexível e elegante»²³⁹. Passam a usar soutiens *bandeau brassiere* para alisar o peito e vestidos em forma tubular com a cintura descaída. A alteração da forma do corpo indicia, por um lado, a ênfase numa fase na juventude em que o corpo ainda não se formou, e por outro, a androgenia do seu

²³⁸ «A Masculinização dos Trajos Femininos», *ABC*, 6.º ano, n.º 275, 22/10/1925, p. 13.

²³⁹ «O Espartilho Arbitro da Elegância» *ABC*, 5.º ano, n.º 211, 31/07/1925, p. 20.

visual, por eliminar os atributos mais predominantemente associadas ao corpo feminino, como os que aludem à sua fertilidade e maternidade.

Argumenta-se que a mudança surge por motivos práticos e de conforto²⁴⁰. Comparado com o vestuário que a mulher usava anteriormente, é certo que este novo modelo oferecia maior conforto e movimento. Porém, as exigências de atingir e manter «a elegância do corpo e a linha esquia»²⁴¹, com vestidos que exibem os braços e as pernas, assim como os novos *maillots* para a época balnear, condicionaram as mulheres na alimentação, com dietas vigorosas e práticas desportivas rígidas, aumentando os casos de anorexia e outros défices de saúde. Afirmava-se que «para andar à moda e para ser elegante, a mulher é capaz dos maiores sacrifícios e das mais dolorosas torturas»²⁴², ou seja, a mulher podia vestir roupa mais confortável, mas os hábitos de vida a que era necessário aderir para poder vestir os novos modelos sujeitavam-na a grande desconforto.

As capas da *ABC* dão grande foco à moda nas suas representações, particularidade notória em várias revistas ilustradas da época que, ao darem atenção a assuntos de moda nas suas publicações, assumiam uma posição de conselheiras: as «boas revistas de modas [...] entre elas o *ABC* [mantem] as leitoras a par de todas as novidades e [...] bom gosto»²⁴³.

Desde o primeiro ano, a *ABC* publica uma crónica semanal intitulada «Modas do “ABC”», que consistia em artigos que relatavam as tendências estrangeiras e aconselhavam as leitoras do que usar e como o usar. Contudo, é possível perceber um tom mais pessimista do que entusiasta, aludindo à crítica convencional destes novos visuais femininos, ou à “impossibilidade” de Portugal se modernizar ao mesmo nível que outros países, exemplificado por este comentário de M^{elle} Mallice: «As mulheres portuguesas estão-se tornando ridículas com a doida ilusão de que todas as modas parisienses se podem exibir em Lisboa»²⁴⁴. Com o gradual encurtamento das saias em meados da década de 1920, quem prezava o conservadorismo de traje mais ofendido ficava afirmando que as mulheres «exibiam as suas carnes de pecado»²⁴⁵, e que deveriam ter «a consciência de reconhecer que não devem mostrar o que Deus lhes deu porque é feio ou imperfeito»²⁴⁶.

Contudo, o levantamento da investigação, tanto das capas como dos artigos, demonstra que apesar destes comentários, a mulher jovem, que abraça a transgressão dos tempos modernos nas suas atitudes e no seu visual, é a protagonista que maior interesse capta e, conseqüente, maior rendimento dá às revistas, aos clubes, a cabeleireiros, aos alfaiates e aos artistas. Apesar de as capas da *ABC* não revelarem um grande leque de imagens que acentuam a atenção no decote do vestuário (21%), na exibição das

²⁴⁰ Marques, Gabriela Mota (2007). “*Cabelos à Joãozinho*” ..., p. 34; e Poli. Doretta Davanzo (2008), «George Barbier and fashion». Em (Ed.) Martorelli, Barbara *George Barbier: The Birth of Art Deco*. Veneza: Marsilio Editori, pp. 115-118.

²⁴¹ «O Espartilho Arbitro da Elegância» *ABC*, 5.º ano, n.º 211, 31/07/1925, p. 20.

²⁴² M^{elle} Mallice, «Modas do “ABC”» *ABC*, 4.º ano, n.º 198, 01/05/1924, p. 10.

²⁴³ M^{elle} Mallice, «Modas do “ABC”» *ABC*, 4.º ano, n.º 198, 01/05/1924, p. 10.

²⁴⁴ M^{elle} Mallice, «Modas do “ABC”» *ABC*, 5.º ano, n.º 210, 24/07/1924, p. 18.

²⁴⁵ Dante, Beatriz «A Despreocupação das pernas...» *ABC*, 7.º ano, n.º 320, 02/09/1926, p. 11.

²⁴⁶ Dante, Beatriz «A Despreocupação das pernas...» *ABC*, 7.º ano, n.º 320, 02/09/1926, p. 11.

pernas (14%), ou mesmo na magreza da fisionomia (22%), não se deixa por isso de apostar nessas representações vezes suficientes para também a revista se afirmar moderna e contextualizar as suas mulheres num tempo e cultura²⁴⁷.

A percentagem baixa da exibição de traços como a magreza, o decote ou a exibição das pernas, pode ser justificada pelo ambiente conservador patente em Portugal, onde não haveria tanta liberdade para ousar como nos grandes centros urbanos de França ou Alemanha. Contudo, tal poderá resultar apenas do facto de um maior número de capas representarem apenas o rosto, em comparação com retratos de corpo. Por um lado, exibir imagens que se foquem no rosto permite que haja mais atenção ao pormenor da maquilhagem, tipo de acessórios, ou expressão facial, deixando de lado como se manifesta a pose e o tipo de corpo. Por outro lado, as imagens que apostam na representação do corpo podem atribuir maior dinamismo à figura da mulher, colocá-la em contextos e cenários e dar maior pormenor ao vestuário (ver anexo B.2: Aparência da mulher moderna – corpo).

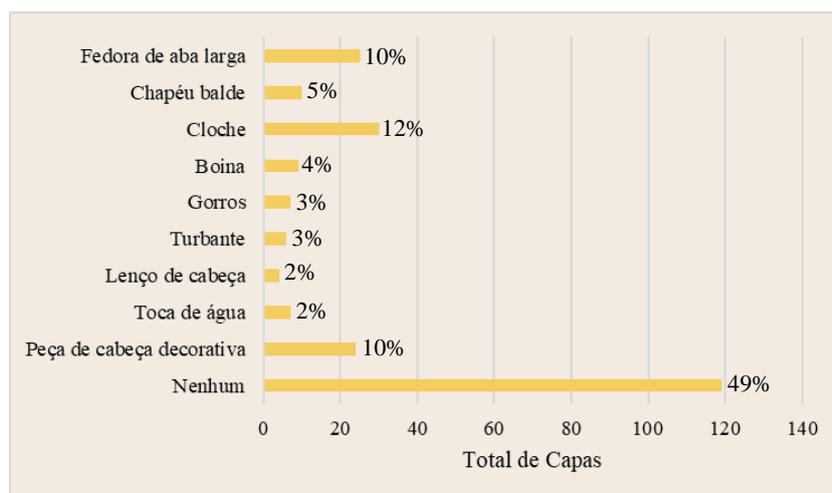
Porém, nos dois tipos de representação a mulher apresenta-se com um visual moderno. A par do já discutido impacto do novo tipo de penteados curtos, «na sua marcha ascensional para a perfeição a mulher cuida, com esmero, de emoldurar o seu rosto num artístico chapéu»²⁴⁸. Cerca de metade (51%) mostram algum tipo de chapéu ou acessório decorativo (gráfico 7.2.3.) presente no seu visual. O *cloche* de feltro «macio, maleável, sem preparo, [era] o chapéu da atualidade»²⁴⁹. Este modelo, com a sua forma arredondada e descaída sobre a testa, chegava a tapar muitas vezes o olhar, fator comum da ausência da representação de olhar nas capas da *ABC*. Porém, também se observa a tendência das fedoras de aba larga, relevantes entre 1900-1910, que ainda perduravam como elementos de elegância visual das mulheres da *ABC*.

²⁴⁷ Ver exemplos 1.º ano, n.º11, 23/09/1920; 1.º ano, n.º31, 10/02/1921; 5.º ano, n.º238, 05/02/1925; 6.º ano, n.º275, 22/10/1925; 7.º ano, n.º316, 05/08/1926; 7.º ano, n.º321, 09/09/1926; 7.º ano, n.º342, 03/02/1927; 7.º, n.º364, 07/07/1927; 8.º ano, n.º382, 10/11/1927.

²⁴⁸ Delgado, Beatriz, «Da Graça da Mulher e da Beleza dos Chapéus», *ABC*, 5.º ano, n.º243, 12/03/1925, p. 5.

²⁴⁹ M^{me} Sourire, «Chapéus Modelos», *ABC*, 6.º ano, n.º271, 24/09/1925, p. 15.

Gráfico 7.2.3. Tipo acessórios na cabeça da “mulher moderna”



O impacto que casas francesas tiveram na moda foi inegável popularizando modelos como os cunhados por Jean Lanvin (1867-1947), como o *robe de style* moderno, dando uma escolha às mulheres que ainda perduravam com o gosto das saias cheias face ao novo modelo vertical e sem volume, ou Gabrielle (Coco) Chanel (1883-1971), com o sucesso do *little black dress* modelo ideal para o uso do dia a dia. Elsa Schiaparelli (1890-1973), Madeleine Vionnet (1876-1975), Jean Patou (1887-1936) e, em especial, as coleções de Paul Poiret (1879-1944), impulsionaram o desfecho do modernismo da Arte Déco na esfera da alta-costura feminina. Foi através das placas em *pochoir* dos desenhos de Paul Iribe (1883-1935) para o catálogo *Les robes de Paul Poiret* (1908) que se ilustrou uma alteração na figura da mulher através da proposta de novos modelos de roupa, novidade que lhes permitiu movimento, conforto e simplificação da forma corpórea associada ao feminino²⁵⁰.

No que consta às influências exibidas no vestuário da “mulher moderna” na *ABC*, é notório que em certas imagens a roupa é temática e representativamente mais relevante do que a figura feminina, como característico nas ilustrações de estilo Déco, tomada na composição como um manequim que exhibe um produto ou estilo de vida, neste caso o vestuário moderno.

Alguns autores argumentam que o vestuário feminino era desenhado de forma a aludir ao universo animal. Para além da direta inspiração dos panejamentos clássicos da antiguidade, com o uso de vestidos-túnicas que «imitam as antigas túnicas gregas e dão um ar muito interessante às mulheres de elevada estatura»²⁵¹ (imagem 7.2.10), este carácter comprido das roupas também ia buscar inspirações a animais. As peles ganham enorme popularidade nesta época, tornando-se marca de requinte: «as peles são parte obrigatória de todos os vestidos [...] acompanham a *toilette* mais ligeira com que se aparece na rua»²⁵². Segundo a historiadora de arte italiana Doretta Davanzo Poli, na moda dos anos de 1920 as

²⁵⁰ Roylance, Dale. (1999). «Art Deco Paris...», p. 18.

²⁵¹ M^{lle} Mallice «Modas», *ABC*, 4.º ano, n.º187, 14/02/1924, p. 9.

²⁵² M^{me} Le Sourire «Linha Moderna», *ABC*, 6.º ano, n.º279, 19/11/1925, p. 8.

peles de zibelina, lontra e chinchila eram as mais comuns para a produção de sobretudos compridos durante as estações mais frias (imagem 7.2.11). A autora também refere como o comprimento de vestidos, túnicas e casacos, eram alongados a fim de formar uma cauda de serpente. A mesma técnica era utilizada nas mangas inspiradas no traje de *kimono*, o que criava a ilusão de asas na figura da mulher, como se a mesma fosse uma borboleta ou uma traça²⁵³.

Este tipo de alusões visuais ganha predominância na caracterização da “mulher moderna”. A historiadora Lucy Bland refere a representação da mulher-borboleta (*butterfly woman*) como uma ramificação da *flapper*²⁵⁴. Esta associação vinha dos seus hábitos de vida noturnos, sendo as *papillons*²⁵⁵ «raparigas pagas pelo clube para que a sala esteja sempre frequentada»²⁵⁶. Por outro lado, esta caracterização também surgia a par da juventude que a associava à inocência e irresponsabilidade²⁵⁷.

A caricatura da mulher moderna como mulher-borboleta, colorida, “esvoaçante” e efêmera, chega a ser uma representação ilustrada e descrita em variadas revistas da época. Dois exemplos considerados hoje icônicas ilustrações são a famosa capa da revista *La Vie Parisienne*, que em 1917 apresenta a ilustração de Chéri Hérouard (1881-1961), e a revista *Life Magazine*, que em 1922 apresenta a ilustração de Frank Xavier Leyendecker (1876-1876), dois exemplos ainda hoje reutilizados para inspiração das modernas e sensuais *pin-ups* em temáticas ficcionais e mitológicas²⁵⁸.

Apesar da *ABC* não oferecer nenhum exemplo de referência direta à mulher-borboleta, a representação da moda segundo a elegância esguia e colorida não deixava de fazer alusões a insetos, aves ou outros animais de peles elegantes (imagem 7.2.12). Este desabrochar criativo do vestuário moderno reforçava o exotismo da “mulher moderna” e objetificação do requinte da sua figura física. Ao contrário dos animais, a mulher tinha a vantagem de usufruir da versatilidade da moda, logo a sua elegância tinha várias oportunidades de se expressar e inovar:

Os quadrúpedes nascem e morrem com o mesmo pelo [...] As aves, conquanto por vezes belas, ostentam sempre a mesma plumagem [...] Os próprios pavões, de cauda majestática, são lindos, é certo, mas... sempre, eternamente iguais!²⁵⁹

As capas da *ABC* mostram uma simplicidade no vestuário, apesar de por vezes ser o objeto de destaque, pois o detalhe enfraquece o suposto requinte descrito em todos os artigos²⁶⁰. Esta observação questiona o grau de importância dado nas imagens quando estas são produzidas. Jorge Barradas foi dos ilustradores que mais esforço apresentou na representação do vestuário e rosto das mulheres que

²⁵³ Poli. Doretta Davanzo (2008), «George Barbier and fashion...» p. 188.

²⁵⁴ É especulado que o termo *flapper* para denotar este arquétipo de mulher veio desta associação às borboletas. Ver Bland, Lucy (2013) «Butterfly women, ‘Chinamen’, dope fiends and metropolitan allure». Em *Modern Women on Trial: Sexual Transgression in the Age of the Flapper*, Manchester: Manchester University Press, p.56

²⁵⁵ Do francês borboleta.

²⁵⁶ Negreiros, José Almada de (2015[1925]) *Nome de Guerra*, Porto: Assírio & Alvim, p. 14

²⁵⁷ Bland, Lucy (2013) «Butterfly women, ...» pp. 56-57. Ver Simon, Linda (2017) *Lost Girls...* pp. 231-232.

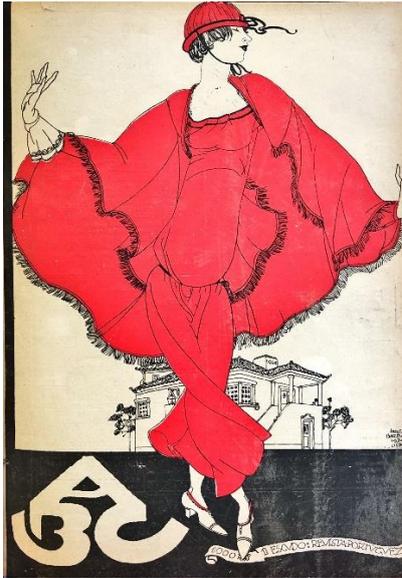
²⁵⁸ *La Vie Parisienne*, 55.º ano, n.º 19, 12/05/1917; *Life Magazine*, ano.?, n.º? 02/02/1922.

²⁵⁹ Pamplona, Fernando «A Moda», *ABC*, 7.º ano, n.º 315, 29/07/1926, p. 6.

²⁶⁰ Referido à falta de diferenciação cromática, contraste de cor, padrões, ou mesmo a diferenciação precisa do material (pele, veludo, seda etc.).

desenhava. Porém, nem Barradas nem os outros artistas eram ilustradores de moda, ou trabalhavam para casas da alta-costura, como acontecia com artistas que colaboravam com a revista *Vogue*, por exemplo. Igualmente se nota que, apesar de publicar conteúdo sobre as novas tendências da moda, a *ABC* não era uma revista dedicada somente a este tema, pelo que as expectativas de originalidade do vestuário ilustrado nas capas não podem ser avaliadas segundo padrões elevados.

Série de imagens 7.2.IV: O vestuário das “mulheres modernas”



7.2.10: *ABC*, 4.º ano, n.º199;
08/05/1924, ilust. de Jorge
Barradas



7.2.11: *ABC*, 4.º ano, n.º181;
03/01/1924



7.2.12: *ABC*, 8.º ano, n.º373;
08/09/1927, ilust. de Jorge
Barradas

A observação de maior relevância será talvez a falta de representação de mulheres em vestuário mais masculinos, como o popular *smoking* feminino. Dessiminadas por Coco Chanel, uma das inovações transgressoras do vestuário da “mulher moderna” foi a integração de calças, uma peça até então somente utilizada por homens. Incorporar calças no guarda-roupa feminino era mais um ato que alimentava ansiedades sociais relativamente aos papéis de género. Como Gabriela Mota Marques atenta, o uso de calças «é associado a uma perda da delicadez feminina e uma tentativa de identificação com os homens ou até de apropriação das suas funções»²⁶¹. A própria *ABC* afirma que as «mulheres parecerão lindos rapazes»²⁶² assim que começarem a adotar o novo *smoking*.

O *smoking* foi uma alternativa de vestuário elegante e mais barato:

Smoking, salvador! Gritam as senhoras que até aqui não iam aos bailes por falta de toilette! *Smoking*! Salvador! Dizem os maridos e os pais que teem de gastar muito menos ante semelhante inovação. *Smoking*! de perdição! Gritarão os costureiros ao

²⁶¹ Marques, Gabriela Mota (2007). “Cabelos à Joãozinho” ..., p. 37.

²⁶² «O Smoking Feminino», *ABC*, 6.º ano, n.º 297, 15/03/1926, p. 3.

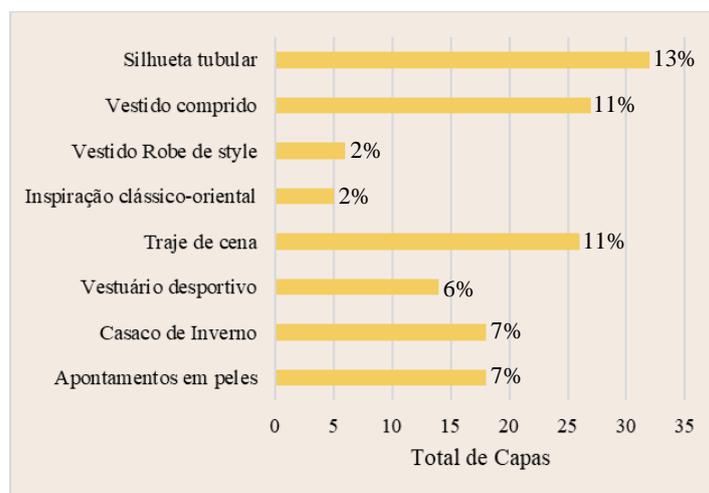
verem a simplicidade que lhes vem destruir os projetos e desfazer, também, as fortunas²⁶³.

Com a afirmação da ideia de praticidade associada ao vestuário feminino e a integração do desporto na vida da mulher, diferentes modelos de calças surgiram para facilitar o conforto e desempenho da prática de alguma destas atividades: «A saia tolhia os movimentos; deliberaram as desportistas usar calção [...] A influência deste processo foi até aos vestidos das que não cultivam os desportos»²⁶⁴.

Apesar do vestuário desportivo poder ser observado em capas do *corpus* em análise, a grande maioria das atividades integradas nesta categoria estão relacionadas com natação ou prática balnear, que obrigavam a vestuário mais revelador do corpo face a outros desportos como o ciclismo ou o hipismo²⁶⁵.

Este caracterizador visual da androgenia da “mulher moderna” pouco se faz notar nas capas da *ABC*, sendo que apenas a capa do 6.º ano, n.º 280 apresenta uma mulher de calças, e na capa do 7.º ano, n.º 346 a figura feminina surge com um fato de espetáculo com calças. Porém, nenhuma destas capas apresentam uma particular masculinização do vestuário e em nenhuma capa até 1927 se constata uma mulher de *smoking*²⁶⁶.

Gráfico 7.2.4. Tipo de vestuário e as suas características modernas



Os resultados do levantamento quantitativo confirmam a presença dominante de roupa em formato tubular, fosse pelo vestido *cocktail* que as *garçonnes* e *flappers* usavam, ou pela *toilette* diurna de saia

²⁶³ «O Smoking Feminino», *ABC*, 6.º ano, n.º 297, 15/03/1926, p. 3.

²⁶⁴ «A Masculinização dos Trajos Femininos», *ABC*, 6.º ano, n.º 275, 22/10/1925, p. 12.

²⁶⁵ Ver exemplos 1.º ano, n.º 11, 23/09/1920; 3.º ano, n.º 114, 22/09/1922; 5.º ano, n.º 217, 11/09/1924; 6.º ano, n.º 262, 23/07/1925; 7.º ano, n.º 315, 29/07/1926; 7.º ano, n.º 321, 09/09/1926 (Anexo A).

²⁶⁶ O caso é atentado pela autora Gabriela Mota Marques, que afirma «o uso de calças era pouco notório – os relatos e as fotografias da imprensa raramente apresentam uma portuguesa nesses trajos, embora os apontem como sinal de modernidade». Marques, Gabriela Mota (2007). “Cabelos à Joãozinho” ..., p. 62.

pelo joelho com uma malha ou blazer²⁶⁷. Devido à forte associação e adesão profissional da “mulher moderna” ao universo do espetáculo, muitas das capas apresentam mulheres em traje de cena, daí a percentagem relativamente alta, especialmente em capas com fotografias.

A moda representada nas capas da *ABC* pode levar-nos a algumas conclusões sobre a caracterização da “mulher moderna” dos Anos Vinte. Em primeiro lugar, a identificação do arquétipo é condicionada pela aparência, logo, o seu visual, do cabelo, à maquilhagem e roupa, são critérios importantes para a análise, pois também são indicativos da manifestação física de identidade.

Segundo a teoria do sociólogo alemão Georg Simmel (1858-1918), a moda ajuda o observador a situar o tempo e a classe social de quem adere a um modo específico de aparência²⁶⁸. Em especial as classes altas regem o tipo de visual em voga numa dada altura, inspirando as classes mais baixas a aderirem a essa moda, imitando-as, só para depois as classes altas abandonarem a tendência assim que se alarga ao resto da sociedade, adotando uma nova tendência²⁶⁹. Este processo de imitação, Simmel afirma ser um reforço de equalização social e, apesar da sua teoria partir de observações do fim do século XIX, é possível estabelecer uma continuidade na década de 1920, embora o consumo e cultura de massas emergentes venham introduzir novas dinâmicas.

Podemos questionar se a “mulher moderna” pertenceria a uma classe alta que desafiou a moda da época, ou a disseminação deste visual, a ponto de definir um modelo que seria seguido por um maior número de mulheres da sociedade. Serão as capas da *ABC* uma forma de impulsionar a difusão de um visual específico pelo público feminino português?

Um visual resulta do conjunto da roupa, da maquilhagem, do arranjo do cabelo e dos acessórios. Destes elementos podemos deduzir algumas características da “mulher moderna”, que se manifestam através da moda:

- Segundo as representações das capas da *ABC*, a “mulher moderna” é associada à sedução através de um vestuário decotado e com a bainha subida, de forma a exhibir as pernas. A exposição de pele do corpo é a forma mais evidente de expressar uma sedução corporal, representação esta que está de acordo com a tendência histórica da evolução do vestuário feminino. Do mesmo modo, o excesso de acessórios, como bijutaria, ou um rosto visivelmente maquilhado (predominantemente associado à vida noturna), pode acentuar o carácter sedutor da figura feminina representada.
- Através do vestuário também lhe é associada elegância, devido à modernidade dos trajes e novas coleções, que trabalham com tecidos como peles, veludo ou plumas, que em conjunto com múltiplos acessórios tornam o visual mais ostentoso e opulento. Como a elegância está

²⁶⁷ Ver exemplos 2.º ano, n.º 49, 16/06/1921; 5.º ano, n.º 22, 16/10/1924; 6.º ano, n.º 265, 13/08/1925; 7.º ano, n.º 342, 03/02/1927; 7.º ano, n.º 364, 07/07/1927; 8.º ano, n.º 382, 10/11/1927 (Anexo A).

²⁶⁸ Simmel, Georg (1957). «Fashion», *American Journal of Sociology*, 62(6), p. 543.

²⁶⁹ Simmel, Georg (1957). «Fashion», *American Journal of Sociology*, 62(6), pp. 542-544.

associada à modernidade nesta época, as mulheres elegantes devem também ter o cabelo curto e arranjado de acordo com estilos publicitados na época.

- A “mulher moderna” das capas da *ABC* é jovem e a sua juventude é sublinhada ao representá-la a aderir às novas modas, como o cabelo curto e o vestuário decotado e silhueta tubular. As jovens também usam o rosto acentuadamente maquiado.
- A *ABC* também representa a “mulher moderna” enquanto ativa, com a integração de vestuários desportivos e confortáveis para as atividades modernas. O seu cabelo é curto também por uma questão de praticidade para determinadas profissões, ocupações ou atividades, como desportos.

Procurou-se assim analisar alguns aspetos da moda dos Anos Vinte, marco caracterizador da imagem feminina, sublinhado a existência de uma agenda progressista através do visual, que refletia uma libertação do corpo físico da mulher e dos papéis sociais que ocupa num período pós-guerra²⁷⁰.

A análise confirmou a preocupação em representar a mulher com a elegância moderna, mesmo que o vestuário não mostre um elevado cuidado no detalhe, através da diversidade de acessórios e bijutaria, ou de maquilhagem visível. O visual da mulher expressa-se no conjunto de todos estes elementos.

A caracterização da “mulher moderna” da *ABC* pode ser completada pela análise dos contextos cenográficos em que a mesma é representada, observando as atividades mais comuns e como estas podem contribuir para a sua leitura representativa.

7.3. Agenda cheia: práticas e atividades da “mulher moderna”

Abordada a expressão corporal e o visual, resta analisar as atividades e o cenário em que as “mulheres modernas” se encontram nas representações das capas da *ABC*. Baseado no levantamento e nos quadros analíticos elaborados, procurar-se-á completar a caracterização da representação da “mulher moderna” considerando as suas práticas de sociabilidade e atividades comuns.

A rutura expressa pela “cabelos à Joãozinho”, através do novo estilo de corte de cabelo e nas roupas que priorizam o conforto, também é manifestada no seu estilo de vida. Outrora confinada ao lar doméstico e aos papéis de maternidade, não era visto como adequado uma mulher de boa moral e costumes frequentar clubes noturnos, dançar de corpo próximo a um parceiro com quem não partilhava o elo conjugal, fumar ou beber álcool, bem como outras atividades que, nos Anos Vinte, e a par do seu visual, irão vincar o novo modelo de feminilidade moderna, acusado de ser um estilo de vida pecador e que conduzia as mulheres à decadência.

A “mulher moderna”, desconfinada do mundo doméstico, ocupa o espaço público. Esta afirmação não implica que na realidade a mulher tenha abandonado todos os espaços que lhe eram

²⁷⁰ Ver Crane, Diana (2000) «Fashion, Identity, and Social Change». Em *Fashion and its Social Agenda: Class, Gender, and Identity in Clothing*, Chicago: University of Chicago Press, pp. 18-19.

convencionalmente atribuídos, ou mesmo que espaços masculinos tenham sido tomados por mulheres. Porém, constata uma transformação que se sente nas práticas de sociabilidade, especialmente da população jovem, que condicionou um novo modo de olhar os espaços regulados por papéis de gênero.

As práticas de sociabilidade da “mulher moderna”, apesar de presentes, não se manifestam com grande predominância nas capas da *ABC*, sendo que 85% das capas representam a figura feminina isolada na imagem. Nas instâncias em que não está sozinha, pode ser representada na companhia de outras mulheres, também elas modernas (6%), de homens, tipicamente jovens e em contexto de *flirt* ou convívio noturno (9%), ou ter ao seu lado algum animal, como um cão, uma ave ou criaturas míticas, como anjos (4%).

Apresentar a figura isolada na imagem oferece uma variedade de leituras para caracterizar este modelo de mulher. A centralidade da imagem assente numa só figura indica o seu protagonismo, não só na composição da capa, mas na época, reforçando o destaque que é atribuído a este modelo de mulher nos Anos Vinte. Por outro lado, a sua presença isolada também convoca o seu estatuto descomprometido, algo que justaposto com as suas poses de corpo e expressão fácil pode enaltecer o seu carácter sedutor e afável, expressando ao observador um convite não verbal para este ser a sua companhia.

Contudo, apresentar a “mulher moderna” isolada também é uma forma de a individualizar, tornando-a mais próxima de um modelo de desejo e facilitando a mercantilização da sua imagem. Tipicamente, as composições em que a mulher surge com algum tipo de companhia é comum nas ilustrações, porque o processo de ilustrar oferece mais hipóteses de cenários e contextos, alargando a criatividade ao serviço da representação e da caracterização da “mulher moderna”.

Nos casos em que a mulher está acompanhada por um homem, a imagem deixa subentender intimidade entre ambos, seja por estarem juntos num espaço interior, à conversa na praia, a dar um passeio, ou a dançar. Emmerico Nunes ilustrou para estas capas diversas cenas da “mulher moderna” na companhia de um ou mais homens, algumas das quais deixam adivinhar no rosto das figuras uma certa expressão de sorriso afetado e *flirtoso*²⁷¹.

Algo que proporciona estas interações é o espaço em redor: a grande maioria das capas que mostram mais do que uma figura têm um cenário que as contextualiza, seja na atividade ou na hora do dia. Esta particularidade permite analisar as práticas de sociabilidade e estilo de vida ativo da “mulher moderna”, algo que não resulta tão óbvio nas imagens que a apresentam isolada. Grande parte das capas não apresentam qualquer indício que possa identificar o cenário, deixando ambíguo onde se encontra a mulher, o que resulta numa semelhança com as fotografias tiradas em estúdio. Se a maioria das capas apresenta a mulher isolada e se a tendência é de não especificar o cenário nestes casos (especialmente

²⁷¹ Ver exemplos 4.º ano, n.º160, 09/08/1923; 4.º ano, n.º162, 23/08/1923; 4.º ano, n.º164, 06/09/1923; 4.º ano, n.º172, 01/11/1923; 7.º ano, n.º316, 05/08/1926 (Anexo A).

em retrato de rosto), o resultado esperado é que a maioria das capas não apresente qualquer cenário, como se confirma pelas 62% assim classificadas.

Nos 38% de capas que apresentam algum tipo de cenário, 23% correspondem a cenários exteriores e 15% a interiores. Estes números vão ao encontro das expectativas de locais onde se movimentaria a “mulher moderna” na sua época. No gráfico 7.3.1 é apresentada a distribuição pelas capas de representações dos diversos tipos de cenário exteriores e interiores. As atividades são esquematizadas no gráfico 7.3.2, uma vez que estas podem variar em relação aos cenários, sendo possível identificar diferentes atividades praticadas por vezes em simultâneo numa única imagem. Como já foi abordado, dada a predominância da pose isolada sem cenário, a maioria das capas não apresenta qualquer atividade identificável (52%).

Gráfico 7.3.1. Tipo de Cenários

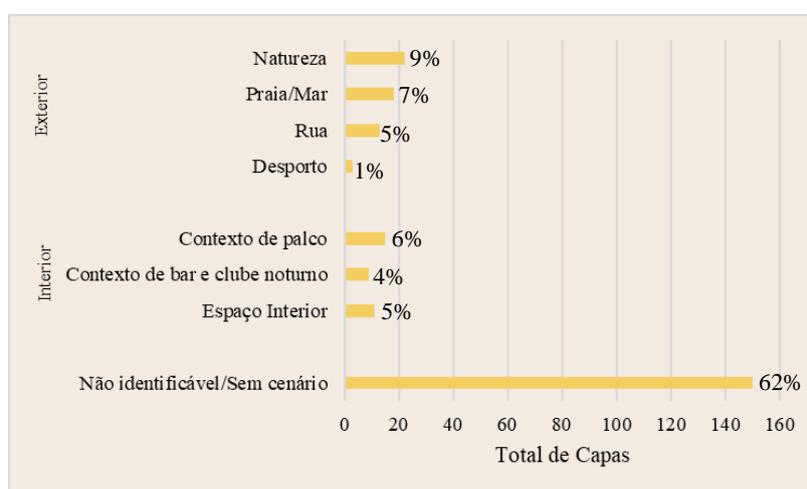
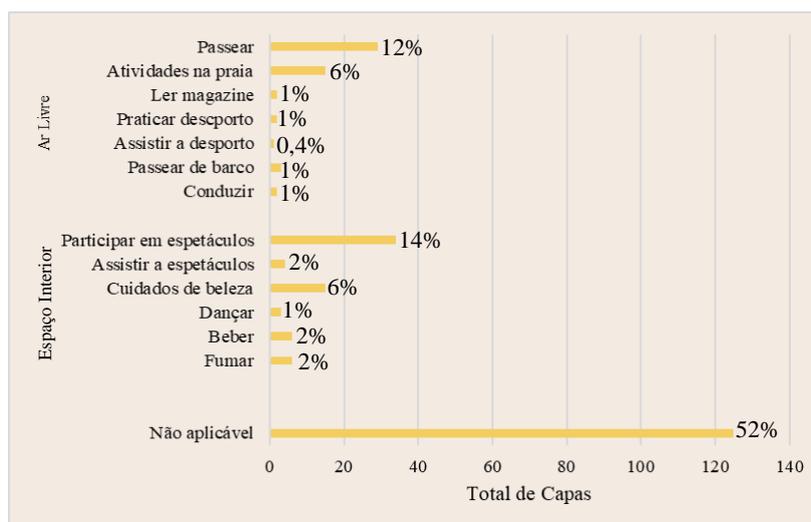


Gráfico 7.3.2. Tipo de Atividades



As atividades representadas refletem alguns aspetos que marcaram os Anos Vinte e o modo de vida nos grandes centros urbanos da época. Um desses aspetos é a diversificação do entretenimento noturno.

As capas da *ABC*, apesar de não exibirem com clareza o cenário noturno, incluem-no em algumas imagens, especialmente com a publicidade feita ao Bristol Club em 1927.

O cabaré, «teatro sem bastidores, esse amalgama de *dancing* e casa de chá»²⁷², torna-se um ponto de encontro para a sociedade jovem dos Loucos Anos Vinte, dando continuação a estabelecimentos que se haviam desenvolvido desde o fim do século XIX, a partir do *cabaret* francês, que se havia afirmado pela agregação de vários intelectuais e artistas que se juntavam nestes espaços para conviver e criar²⁷³.

Porém, coube a Berlim o papel de disseminar a imagem do cabaré enquanto espaço ousado e transgressor, associado a ilícitos como o consumo de drogas e a prostituição, face ao cabaré parisiense que, apesar de proporcionar entretenimentos semelhantes, continuaria a ser visto como um local de convívio elegante e sofisticado. Os *cabarets* eram definidos como espaços de diversão, eram «lanternas mágicas de alegria»²⁷⁴, onde mulheres e homens modernos se deslocavam para a boémia da madrugada.

Nesta época, estes espaços ganham popularidade e passam a ser muito mais frequentados, uma vez que, de acordo com Cecília Vaz, o cabaré sofre uma junção de dois polos culturais, por um lado a elite intelectual e burguesa, e, por outro, a cultura popular «ligada à marginalidade, que assume uma nova e mais forte dimensão com a gradual implantação de uma cultura de massas»²⁷⁵. Apesar do esforço nacional de se modernizar, Portugal, a nível dos clubes e *cabarets* sofria um ligeiro atraso face a outras metrópoles. Em 1926, um artigo da *ABC* lamentava que «muito poucos *clubs* temos [...] e é certo também que a respeito de *cabarets* ainda somos mais pobres»²⁷⁶. Contudo, contavam-se alguns locais que conseguiram construir nome na vida noturna lisboeta dos Loucos Anos Vinte, como foi o caso do Bristol Club.

Inaugurado em 1918, entre a Rua do Jardim do Regedor e a Rua das Portas de Santo Antão, o seu proprietário, Mário Freitas Ribeiro, tencionava que este novo clube tivesse «acesso livre, permitindo maior miscigenação social»²⁷⁷. Nesse mesmo ano, o jornal *O Século* afirmava que esta inauguração representa a visibilidade dos «esforços empregados pela iniciativa particular para tornar a nossa capital cada vez mais linda e digna de atrair visitantes»²⁷⁸.

Querendo se distinguir como um clube de certo requinte e fama, a popularidade do Bristol Club a meio da década é notória. A revista *Contemporânea*, em 1926, publica um artigo dedicado a este espaço, afirmando que:

[..] aos *dancings*, que sejam, como o Bristol Club, a realização estética, de um sonho arrojado. [...] É preciso que se saiba que as casas de prazer como o Bristol Club são, por si sós, um meio de arte para aqueles que amam na vida moderna a expressão

²⁷² Z, «Cabarets», *ABC*, 8.º ano, n.º 373, 08/09/1927, p. 20.

²⁷³ Ver Vaz, Cecília (2017). «Boémia noturna e sociabilidade artística: cabarés em Lisboa nos “loucos anos vinte», *Imprensa da Universidade de Coimbra*, 9, p. 138.

²⁷⁴ Z, «Cabarets», *ABC*, 8.º ano, n.º 373, 08/09/1927, p. 20.

²⁷⁵ Vaz, Cecília (2017). «Boémia noturna...», p. 139.

²⁷⁶ Valente, Silvestre, «Figuras de Clubes e Cabarets», *ABC*, 6.º ano, n.º 286, 07/01/1926, p. 12.

²⁷⁷ Marques, Gabriela Mota (2007). “*Cabelos à Joãozinho*” ..., p. 85.

²⁷⁸ *O Século*, 5.º ano, n.º 1:221, 11/03/1918, p. 1.

rítmica, sonora e colorida numa estética nova. Pois esse espetáculo das danças modernas, esse ruído modernístico do *Jazz-band*, esse espumar sempre novo do *champagne*, esse *décor* feérico de luzes [...] É já um lugar comum do modernismo dizer que o *music-hall* é o nosso espetáculo preferido. Pois bem: um club como o Bristol não faz senão juntar aos *music-hall*, com os seus bailados e as suas canções, os prazeres do *dancing*, da mesa e da conversa²⁷⁹.

A modernidade do Bristol Club era reforçada com a presença das *garçonnes*. Apesar do levantamento das capas da *ABC* não revelar um elevado resultado de imagens representando clubes noturnos (4%), tal só se deve à ambiguidade do cenário. Caso a contagem tivesse em conta a publicidade ao Bristol Club, então teríamos um resultado maior, com 28 capas a publicitarem o clube publicadas em 1927²⁸⁰.

A *ABC* afirmava que nos espaços noturnos proliferavam «as figuras características, que trabalham ou que frequentam esses meios. E são essas figuras que dão ao *club* a originalidade e ao *cabaret* o fenómeno»²⁸¹. Uma destas figuras é a mulher jovem e moderna, vestida com as *toilettes* mais elegantes, permitindo-lhe movimentar o corpo ao ritmo das danças da moda e seduzir algum possível pretendente.

A publicidade ao Bristol Club representa as expectativas do estabelecimento. Por outras palavras, porque a marca do clube estava estampada na imagem, a representação escolhida para protagonizar a imagem encontra-se diretamente associada ao Bristol Club. Assim, observa-se que a tendência que Jorge Barradas elege para ilustrar a publicidade do Bristol não é só a mulher moderna, mas uma representação acentuada das características e visual associados ao arquétipo da “mulher moderna” dos Loucos Anos Vinte.

Muitas destas capas com publicidade ao Bristol não distinguem o cenário onde as figuras se encontram. Tal não se apresenta como uma necessidade, uma vez que basta incluir o logotipo do Bristol Club para remeter para este estabelecimento e contextualizar a imagem. Algumas das capas permitem adivinhar a ténue representação de um palco de dança, ou de uma mesa com copos. No entanto, o fundo destas capas está colorido com pinceladas aguadas na mesma paleta cromática utilizada na figura feminina, indicando indiretamente que quem ilumina este espaço é a mulher representada, a cor parte dela e ela é, uma vez mais, a grande protagonista²⁸².

O efeito aguarelado também provoca um esfumar do ambiente, oferecendo dimensionalidade e algum contraste ao fundo, aludindo ao espaço escuro e noturno, mas embriagado de fumo. Fumo este que, com grande probabilidade, podemos dizer vir de cigarrilhas, agora fumadas também por mulheres, pelo menos as que se consideravam modernas o suficiente para tal ousadia.

²⁷⁹ «O Bristol Club Manifesta Cão de Arte Moderna», *Contemporânea*, 3.º série, n.º 1, ??/05/1926, p.52

²⁸⁰ Ver exemplos: 7.º ano, n.º 342, 03/02/1927 até 7.º ano, n.º 350, 31/1927; e 7.º ano, n.º 353, 21/04/1927 até 8.º ano, n.º 376, 29/09/1927. (Anexo A)

²⁸¹ Valente, Silvestre, «Figuras de Clubes e Cabarets», *ABC*, 6.º ano, n.º 286, 07/01/1926, p.12.

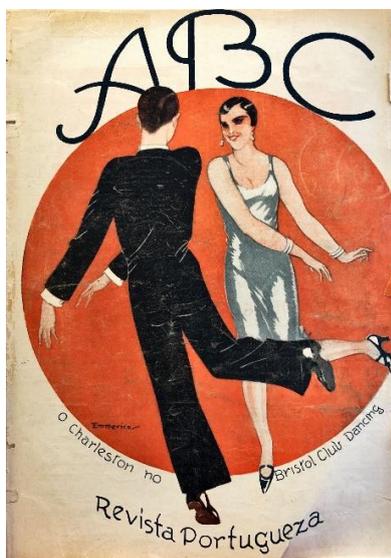
²⁸² Ver exemplos 7.º ano, n.º 355, 05/05/1927; 7.º ano, n.º 356, 12/05/1927; 7.º ano, n.º 357, 19/05/1927, 7.º ano, n.º 358, 26/05/1927; 7.º ano, n.º 356, 02/06/1927; 7.º ano, n.º 363, 10/06/1927; 7.º ano, n.º 364, 07/07/1927; 8.º ano, n.º 371, 25/08/1927. (Anexo A)

O ato de fumar torna-se sinal de rebelião da mulher, considerada «modelo vivo de virtudes e perfeições»²⁸³, uma vez que era mais uma forma de esta se masculinizar. Herculano Pereira escreve para a *ABC* que a mulher não deve fumar, nem «apoderar-se dos nossos [(homens)] vícios e defeitos, que só servem para as desprestigiar a nossos olhos, despersonalizando-as lamentavelmente e, roubando-lhes aquilo que é, afinal, a sua maior força e o seu maior encanto: a feminilidade»²⁸⁴.

No entanto, será este apelo apenas uma expressão de ansiedade perante a transgressão do paradigma convencional de feminilidade, ou ansiedade face a uma nova força de sedução da mulher? Apesar de se publicarem comentários céticos e desaprovadores da inclusão do tabaco nos novos hábitos da mulher, a popularidade do mesmo só veio crescendo, com marcas a divulgarem pacotes próprios para o consumo da mulher, ou boquilhas *slim* para estas não estragarem o vibrante batom quando levavam o cigarro à boca²⁸⁵.

Segundo as representações da *ABC*, sendo que a maioria parte dos casos corresponde às capas com publicidade ao Bristol Club, o ato de fumar é apresentado como acessório de sedução (ver imagem 7.3.3). Beatriz Delgado comenta num artigo que não se impede que a mulher «não queime de vez em quando um cigarro com a mesma garotice com que às vezes pisca o olho»²⁸⁶, reforçado o carácter de *cocotta* da mulher moderna transmitido pelas ilustrações de Barradas.

Série de imagens 7.3.I: “Mulheres modernas” no Bristol Club



7.3.1: *ABC*, 7.º ano, n.º342; 03/02/1927, ilustr. de Emmerico Nunes



7.3.2: *ABC*, 7.º ano, n.º364; 07/07/1927, ilustr. de Jorge Barradas



7.3.3: *ABC*, 7.º ano, n.º347; 10/03/1927, ilustr. de Jorge Barradas

²⁸³ Pereira, Herculano «A Mulher e o Cigarro», *ABC*, 7.º ano, n.º 361, 16/06/1927, p. 13.

²⁸⁴ Pereira, Herculano «A Mulher e o Cigarro», *ABC*, 7.º ano, n.º 361, 16/06/1927, p. 13.

²⁸⁵ Marques, Gabriela Mota (2007). “Cabelos à Joãozinho” ..., p. 75.

²⁸⁶ Delgado, Beatriz «Devem as Mulheres Fumar?», *ABC*, 6.º ano, n.º 287, 14/01/1926, p. 2.

A publicidade realizada para o Bristol Club procurava distinguir este estabelecimento de outros concorrentes semelhantes. Para se diferenciar, o Bristol apostou em métodos originais para divulgar o espaço, recorrendo a meios de comunicação modernos. Investiu em publicidade nas diversas revistas da altura, bem como em jornais de grande circulação, destacando-se por repetir o nome «Bristol Club – Dancing» numa fonte gráfica escura e volumosa em diversas páginas de revistas e periódicos.

A colaboração com Jorge Barradas na ilustração de uma série de capas frontais, exibindo uma das figuras mais polarizadoras da época – a *garçonne* –, foi uma estratégia eficaz de chamar a atenção do público e consolidar a identidade do tipo de clube que o Bristol procurava ser. De forma indireta, o clube “colaborou” com a imagem da *garçonne* e com as suas conotações para se divulgar (imagem 7.2.3). A “mulher moderna” ficou intrinsecamente associada às descrições dos espaços noturnos. Exemplo deste fenómeno exemplifica-se com este artigo d’A *Contemporânea* que, em 1926, descreve provocatoriamente a figura da mulher *cocotte* nos clubes noturnos:

Salones suntuoso, poblados de cabezas adorables, bustos euritmicos y cuerpos rotundos, mejor desnudados que vestidos por las audácias jarifas de las sedas, un par de ojos femininos, de lúbrico mirar, posado en otros ojos, una boca vermeja que al chupar un cigarrillo diríase querer succionar outra boca, [...] una pierna cruzada, que esparce la pantorrilla ofreciendo un delicioso nido de besos, cuarto frivolidades subidas de color procedentes de un elegante *flirt* [...]²⁸⁷

A promoção de um produto através da associação de uma determinada figura cria mensagens subliminares que ambos se representam mutuamente. Por outras palavras, incluir o nome, ou o logotipo, do Bristol numa imagem com a “mulher moderna” faz com ambos fiquem associados um ao outro (imagem 7.3.1). O caso só se reforçou com a contínua divulgação da publicidade durante semanas seguidas no ano de 1927.

Este método publicitário procura insinuar no público o desejo de fazer parte desta cultura e de partilhar as características e estilo de vida promovidos. As mulheres portuguesas que se queriam identificar como modernas, poderiam frequentar o Bristol e, deste modo, ficarem associadas às imagens que representavam este espaço nas capas da *ABC*.

O Bristol Club, apesar de ser o clube noturno de maior relevância para a nossa análise, não era a única escolha disponível na boémia noturna das ruas lisboetas. Outros estabelecimentos faziam-lhe concorrência, como o Club Maxim’s, situado nos Restauradores no Palácio Foz, o Magestic, no Palácio Alverca, que reabre mais tarde como Monumental Club, o Club Mayer, depois conhecido como Avenida Parque, o Ritz Club e o Palais Royal eram algumas das alternativas disponíveis²⁸⁸. Para serem considerados como espaços de divertimento verdadeiramente modernos e inovadores, estes

²⁸⁷ Mora, Eduino de, «El Infierno Inocente», *Contemporânea*, 3.º série, n.º 1, ??/05/1926, p. 27.

²⁸⁸ Muitos dos clubes noturnos eram obrigados a encerrar devido ao jogo ilegal e mais tarde reabriam no mesmo local, porém com um nome distinto. Ver Vaz, Cecília Santos (2008). *Clubes Noturnos Modernos em Lisboa: Sociabilidade, Diversão e Transgressão (1917-1927)*. Dissertação de Mestrado em História Moderna e Contemporânea, Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa, pp. 62-82 e pp. 120-134; Magalhães, Paula Gomes (2021). *Os Loucos Anos 20: Diário da Lisboa boémia*. 1.º Ed. Lisboa: Planeta, pp. 207-220.

estabelecimentos teriam de contar com três elementos essenciais: a dança e as músicas modernas, o consumo de bebidas alcoólicas, e a presença de mulheres atraentes e sofisticadas²⁸⁹.

O que a publicidade do Bristol procura é veicular a ideia de que aí se encontram este tipo de mulheres modernas, elemento essencial para a classificação destes locais enquanto modernos, e recorrendo às conotações e imagem deste arquétipo para distinguir a identidade do clube.

Outro dos elementos essenciais nos clubes noturnos seria a presença do ritmo e da sonoridade da *jazz-band*, ao som da qual se dançava em muitos espaços de diversão. Ramificado do *ragtime* e importado da cultura negra nas terras norte-americanas²⁹⁰. Apesar da popularidade deste género viajar pelo ocidente e marcar o carácter sonoro dos Loucos Anos Vinte, devido à sua origem, o discurso da marginalização racial acabou por rotular os sons da *jazz-band* como produtos “barbáricos e primitivos” e as danças a esta associadas passaram vistas como “danças animaisca”²⁹¹. Segundo historiadores de dança, coreografias do *charleston* ou do *shimmy* têm influências de práticas realizadas em rituais primitivos africanos, mais tarde desenvolvidos e integrados pela comunidade afro-americana enquanto danças modernas²⁹².

Durante a década de 1920 assiste-se a uma integração do espetáculo protagonizado por mulheres negras. A *ABC* conta que «a América foi a primeira a criar as primeiras companhias de revista negra [...] criando estrelas que brilham no firmamento teatral»²⁹³. O artigo, apesar de dar atenção à uma nova inclusão de artistas de cor na esfera do entretenimento, não oculta o tom insultuoso perante estes espetáculos e as mulheres que os protagonizavam.

Enquanto há artigos na *ABC* que dedicam espaço à inclusão da cultura afro-americana no moderno entretenimento dos tempos, as capas não aludem a esta representação. A coloração da pele não é comum a todas as mulheres das capas, preferindo o artista deixar a pele da cor do papel, talvez num esforço de realçar a cor das maçãs do rosto. No entanto, mesmo nos casos em que se representa uma mulher oriental ou asiática na capa, o ilustrador não colora o seu rosto deixando-o branco, apoiando-se em estereótipos culturais de vestuário ou cenografia²⁹⁴.

Porque representar a “mulher moderna” nas revistas é um fenómeno que se observa em várias regiões nesta década, surge um acordo não verbal de como se representa a imagem deste tipo de mulher, sintetizando-a, e, tornando-a mais fácil de recriar. A “mulher moderna” é um modelo de mulher descrito com precisão, do tipo de cabelo, hábitos de vida, roupa, forma do corpo, ao do tom de pele. Apesar de

²⁸⁹ O quarto e mais relevante elemento para esta caracterização, embora não abertamente assumido, seria a prática do jogo ilegal: ver Vaz, Cecília Santos (2008). *Clubes Noturnos Modernos em Lisboa...*, p. 9.

²⁹⁰ Knowels, Mark. (2009) *The wicked waltz and other scandalous dances...*, p. 160.

²⁹¹ Knowels, Mark. (2009) *The wicked waltz and other scandalous dances...*, p. 161; O termo de “animalesco” também se devia segundo o nome atribuído a algumas destas danças, como o *grizzly-bear* ou o *bunny-hug*, ver Simon, Linda (2017). *Lost Girls...*, pp. 122-123.

²⁹² Knowels, Mark. (2009) *The wicked waltz and other scandalous dances...*, p. 61.

²⁹³ Z. «O Teatro Negro», *ABC*, 7.º ano, n.º 341, 27/01/1927, p. 12.

²⁹⁴ Imagens em causa fazem parte das capas excluídas do *corpus* final: 3.º ano, n.º 136, 22/02/1923; 4.º ano, n.º 176, 29/11/1923; 4.º ano, n.º 180, 27/12/1923. (Anexo C)

estar documentado a participação de mulheres afro-americanas neste paradigma de feminilidade, a sua exclusão nestas representações da época é notória.

Contudo, é inegável a influência que a cultura negra teve em algumas práticas do entretenimento e cultura dos Loucos Anos Vinte. Atualmente, quando descrevemos a época, recorremos à dança do *charleston*²⁹⁵, ao bairro nova-iorquino de Harlem, ou caracterizamo-la como a “Idade do Jazz”²⁹⁶.

No que respeita a danças mais sensuais, integra-se o tango argentino, que instigaria opiniões menos favoráveis já desde a década de 1910²⁹⁷. No início do século XX, o público já estava familiarizado com espetáculos de teor erótico. No entanto, tais danças permaneciam como espetáculos sem qualquer interação com o público. O tango, por outro lado, incentivava a sua participação e aprendizagem, tornando-se uma atividade da moda acessível a todos, o que, na opinião conservadora, dava azo a situações imorais, com jovens casais a dançar de corpo tão próximo um do outro.

As capas da *ABC* apresentam poucas figuras a dançar (1%). Podemos identificar algumas das tendências da época nas imagens, como o *charleston* (ver capa 7.º ano, n.º 342 e 8.º ano, n.º 382) e o tango (7.º ano, n.º 354), sendo duas destas publicidades ao Bristol Club. Em particular o *charleston* era proclamada como «a dança mais bela e *chic* só no Bristol é dançada»²⁹⁸.

Série de imagens 7.3.II: “mulheres modernas” que bebem



7.3.4: *ABC*, 1.º ano, n.º8, 02/07/1920, ilust. de Stuart Carvalhais



7.3.5: *ABC*, 8.º ano, n.º371, 25/08/1927, ilust. de Jorge Barradas

²⁹⁵ A disseminação do *charleston* no ocidente também se deve em parte à digressão *La Révue Nègre* (1925-1926), protagonizada por Josephine Baker.

²⁹⁶ Como descrita pelo português António Ferro (1895-1956), e cunhado pelo norte-americano F. Scott Fitzgerald (1896-1940).

²⁹⁷ Ver Knowels, Mark. (2009) *The wicked waltz and other scandalous dances...*, p. 111; Savigliano, Marta E., (1995). «Whiny Ruffians and Rebellious Broads: Tango as a Spectacle of Eroticized Social Tension», *Theatre Journal*, 47(1), p. 83.

²⁹⁸ *Diário de Lisboa*, 6.º ano, n.º 1802, 24/02/1927, p. 3.

Os clubes também eram espaços de restauração, porém, o mais comum era a clientela ficar pelo serviço de bar que, nesta época, diversifica a oferta de bebidas alcoólicas²⁹⁹. Algumas das bebidas de eleição eram o champagne, o *whiskey*, o *cognac*, o *parnod*, vários licores e o *cocktail*.

Este último era novidade importada dos Estados Unidos para a Europa. O *cocktail* definia-se como uma fusão de bebidas com um toque de amargura³⁰⁰. Esta bebida estava de acordo com a modernidade, descrita pela *ABC*, o *cocktail* era uma bebida «exótica como o desenho moderno»³⁰¹.

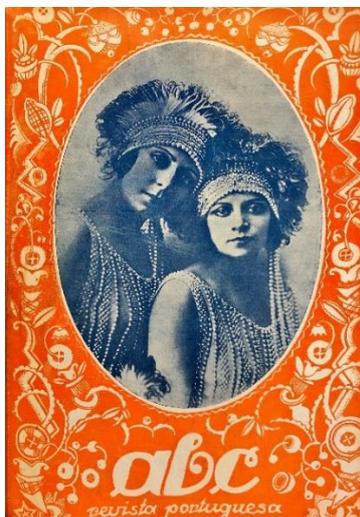
Não é claro que bebidas as mulheres representadas nas capas da *ABC* surgem a consumir, porém, nos primeiros anos constata-se a existência de publicidade ao Licor de Raspail e, pelo tipo de copo figurado nas ilustrações tratar-se-iam provavelmente de bebidas alcoólicas (imagens 7.3.4 e 7.3.5)

As referências ao uso de substâncias ilícitas também associadas à cultura noturna, como a cocaína, o ópio, ou a morfina³⁰², não se encontram presentes nas capas da *ABC*. No entanto, no seu interior, publicam-se artigos que descrevem o uso da cocaína, alcunhada de “fada branca”, referindo o vício a que sujeitam os atores e a clientela abastada: «quem mais usa a cocaína nos centros civilizados são as pessoas de categoria, as que não encontram no trabalho a distração necessária. Usam-na os jogadores, as mulheres de *clubs*, alguns artistas»³⁰³. O consumo de substâncias era associado às estrelas de entretenimento, não só porque os espetáculos estão associados ao vislumbre das cores brilhantes dos palcos e a ambiente de diversão, mas também porque a cocaína era uma fonte de energia para aguentar uma noite de representação, atos musicais e danças³⁰⁴.

Série de imagens 7.3.III: Mulheres do palco



7.3.6: *ABC*, 5.º ano, n.º226,
13/11/1924



7.3.7: *ABC*, 5.º ano, n.º253,
21/05/1925



7.3.8: *ABC*, 6.º ano, n.º274,
15/10/1925

²⁹⁹ Vaz, Cecília Santos (2008). *Clubes Noturnos Modernos...*, pp. 44-46.

³⁰⁰ Carlin, Joseph M., (2012). *Cocktails: A Global History*, Londres: Reaktion Books, p. 23 e p. 56.

³⁰¹ «Os Aperitivos da Moda», *ABC*, 7º ano, n.º348, 17/03/1927, p. 10.

³⁰² Vaz, Cecília Santos (2008). *Clubes Noturnos Modernos...*, p. 54.

³⁰³ «Maléficos da Fada Branca: A Cocaína e as suas Mentiras», *ABC*, 7º ano, n.º358, p. 3.

³⁰⁴ Ver «A Cocaína e os Atores», *ABC*, 7º ano, n.º359, 02/06/1927, p. 11.

Segundo o gráfico 7.3.2, a representação de atividades relacionadas com espetáculo e entretenimento apresenta a mais elevada percentagem (14%)³⁰⁵. Como foi abordado anteriormente, as mulheres fotografadas nas capas da *ABC* estão, na sua maioria, relacionadas com alguma forma de entretenimento nacional ou estrangeiro. A maioria destas estrelas pertencia aos espetáculos de palco, e não de ecrã, uma vez que nesta altura o cinema ainda se estava a desenvolver em Portugal e a atenção concentrava-se nas produções estrangeiras. Já o teatro, em particular o teatro de revista, estava solidificado no gosto do público português.

O baluarte do teatro de revista encontrava-se no Parque Mayer, nascido logo em 1920, um espaço que, como José-Augusto França descreveu, era um «sítio de feira popular e pequeno-burguesa»³⁰⁶. O Parque Mayer oferecia variado e destacado entretenimento durante os Anos Vinte de Lisboa. No entanto, a *ABC*, para além de certas publicidades da agenda teatral da semana, não aposta muito na representação deste espaço nas suas capas.

Por um lado, a resolução fotográfica disponível era limitada, sendo de maior conveniência fotografar as figuras de perto, deixando de ser necessário o detalhe do cenário. Isso deixava a ilustração como a única opção para representar o Parque Mayer, já que teria capacidade criativa para explorar cenograficamente o contexto, podendo incluir a “mulher moderna” em interação com este espaço. Nenhum dos casos foi registado.

Quando a *ABC* aposta em publicar capas associadas ao teatro, geralmente é com a intenção de destacar o sucesso que, tanto espetáculo, como uma das artistas da companhia, haviam alcançado (série 7.3.III). O caso é comum entre os anos 1923-1925. Para o Teatro São Luís, as capas da *ABC* destacam a atriz Elisa Santos em 1923 (4.º ano, n.º 159), em 1924 a bailarina Melle Feline Verbist (imagem 7.3.6), em 1925 a divette Ivone Vallée (5.º ano, n.º 250), a artista Melle Rose Amy (5.º ano, n.º 257), a coupletista Amália de Isaura (5.º ano, n.º 258) e, em 1927, a atriz Vera Sergine (7.º ano, n.º 339).

As artistas que passam pelo Teatro da Trindade também recebem destaques pela *ABC*, especialmente em 1924, quando são publicadas as fotografias da tiple Lea Cabrini (5.º ano, n.º 225) e, da companhia Velasco, da bailarina Cristina Penedo (4.º ano, n.º 198), a tiple Rosita Rodrigo (4.º ano, n.º 200) e a tiple Pilar Marti (4.º ano, n.º 201).

Outras figuras vêm do teatro de revista, como, em 1925, a atriz Carminda Pereira, da revista *Rataplan* (imagem 7.3.8), ou a divette Maria Lourdes Cabral da revista *Frei Tomás* (6.º ano, n.º 264).

Nos números que a *ABC* dedica a capa a estas mulheres, o indireto aplauso não é somente à artista, mas a descrição justaposta à imagem também refere o seu desempenho, aprovação do público, identificando a peça e o teatro onde teve lugar a atuação. Estas capas são uma forma de reafirmar a

³⁰⁵ Ver exemplos 1.º ano, n.º4, 05/07/1920; 1.º ano, n.º31, 10/02/1921; 3.º ano, n.º134, 08/02/1923; 3.º ano, n.º153, 21/06/1923; 4.º ano, n.º170, 18/10/1923; 4.º ano, n.º198, 01/05/1924; 5.º ano, n.º210, 24/07/1924; 5.º ano, n.º225, 06/11/1924; 5.º ano, n.º226, 13/11/1924; 5.º ano, n.º236, 22/01/1925; 5.º ano, n.º253, 21/05/1925; 6.º ano, n.º263, 30/07/1925; 6.º ano, n.º264, 06/08/1925; 6.º ano, n.º274, 15/10/1925 (Anexo A)

³⁰⁶ França, José-Augusto (1983). «Sondagem nos Anos 20 – Cultura, Sociedade, Cidade», *Análise Social*, 19(77-78-79), p. 840.

representação da modernidade do entretenimento português. Ao passo que a publicidade ao Bristol Club aposta em ilustrações com “mulheres modernas” que representativamente resumem o carácter ousado do clube, o teatro aposta em fotografias das celebridades femininas que, também elas, são “mulheres modernas”.

Nem todas estas capas apresentam uma identificação tão descritiva e nem sempre é possível apurar o nome da mulher fotografada. Contudo, é possível reconhecer que estas mulheres não identificadas são estrelas do palco, uma vez que as fotografias as apresentam de figurino vestido, acabando por contextualizar a sua carreira e estatuto.

Mais uma vez, o vestuário comunica a representação da mulher, neste caso, do tipo de ocupação, mas noutros caso, do tipo de atividades que pratica. Este facto é particularmente notório no que diz respeito a práticas balneares e outras atividades ao ar livre. O passeio e as idas à praia identificam-se em cerca de 12% e 6% respetivamente, sendo que foram recolhidas capas que aparentam atividades de velejar, ou só passear de barco, indicando que a “mulher moderna” aprecia as atividades ao ar livre.

O veraneio em Portugal torna-se prática obrigatória: quando se iniciava a época banhar, os cidadãos deslocavam-se de malas feitas para as periferias, «as ruas e os teatros e os cinemas dir-se-ão tristes perante essa ausência [...] a clientela diminui e em toda a vida citadina há um lapso, um vácuo, que só o próximo inverno encherá de novo»³⁰⁷.

Em 1922, M^{ele} Mallice constatava que «as praias [...] já não representam para ninguém a necessidade fisiológica dos banhos de mar, aconselhados pelo médico»³⁰⁸. Estas idas ao mar são designadas como “praias terapêuticas”, comuns no fim do século XIX, dominadas por elementos “frios”. Já na época em estudo, nasce a “praia lúdica”, valorizando elementos mais “quentes”, tornando-se um novo espaço de sociabilidade e convívio³⁰⁹.

Nas zonas de Cascais, Estoril, Figueira da Foz ou Granja, acresce a afluência de famílias e grupos de jovens na praia. O verão é uma estação de particular sedução, dando mote às mulheres exibirem os novos *maillots* da moda, «fatos de banho modernos» distintos das «tradicionais vestimentas dos nossos avós, que se compunham duma calça até ao tornozelo e duma larga blusa, acompanhada duma imensa capa»³¹⁰ (imagem 7.3.9 e 7.3.10).

O verão, apesar de desejado, era a estação mais quente e o calor surgia também como um dos impedidores da elegância feminina:

O calor! Há por acaso praga maior? É o inimigo das mulheres: estraga-lhes a *maquillage* e seca-lhes a brilhantina dos cabelos, torna-lhes a pele oleosa e pouco

³⁰⁷ «O Êxodo dos Lisboaetas para Campos e Praias», *ABC*, 7.º ano, n.º 319, 26/08/1926, pp. 12-13.

³⁰⁸ M^{ele} Mallice, «Modas do ABC», *ABC*, 3.º ano, n.º 109, 17/08/1922, p. 6.

³⁰⁹ Ver Machado, Helena (2000). A construção social da praia. *Sociedade e Cultura 1, Cadernos do Noroeste, Série Sociologia*, 13(1), pp. 212-213.

³¹⁰ Delgado, Beatriz, «Carta da Praia», *ABC*, 7.º ano, n.º 313, 15/07/1926, p. 3.

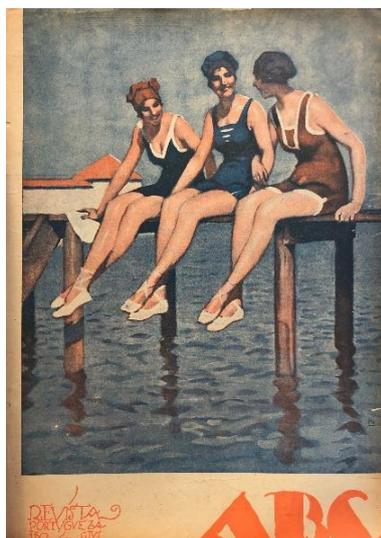
agradável avista, não as deixa exhibir as peles e os veludos que tão bem lhes fica, proíbe-lhes essas compras que elas tanto amam³¹¹

É notório como nas capas da *ABC* as mulheres neste cenário não são representadas com o rosto muito detalhado, a ponto de se conseguir identificar maquilhagem, e os cabelos costumam estar «empastados pelo toucado excêntrico»³¹². O importante é ilustrar o estilo de vida moderno em que a mulher se insere. Em contexto de praia, representa-se o *flirt* e o convívio em família ou com jovens da mesma classe social. Nem todos os casos apresentam esta pluralidade de figuras na imagem, mas o caso é comum, uma vez que a praia se afirma como espaço de sociabilidade diurna³¹³.

O gosto por estar perto do mar também possibilitava momentos de fraternização entre as jovens, que aproveitavam para elegantemente dançar: «dezenas de lindas raparigas com as suas carnes modeladas nos *maillots*, bem penteada e agitando-se ao som da música do mar»³¹⁴, relatava um artigo da *ABC*. Segundo as gravuras desse artigo, pode ser identificada na capa do 4.º ano, n.º 168, uma representação da mesma atividade.

Por outras palavras, as “mulheres modernas” iam à praia não só para se banharem ou bronzear, mas também para se divertirem e serem ativas³¹⁵. Nesta época, a atividade física integra-se com maior proeminência na vida da mulher e as idas à praia seriam pretexto para exercitar o corpo.

Série 7.3.IV: Atividades ao ar livre



7.3.9: *ABC*, 7.º ano, n.º321, 09/09/1926



7.3.10: *ABC*, 1.º ano, n.º11, 23/09/1920, ilust. de Stuart Carvalhais



7.3.11: *ABC*, 1.º ano, n.º47, 02/06/1921, ilust. de Stuart Carvalhais

³¹¹ Delgado, Beatriz, «Em Férias», *ABC*, 7.º ano, n.º 316, 05/08/1926, p. 16.

³¹² Madame le Sourire, «Na maré cheia do calor e onda da novidade!», *ABC*, 7.º ano, n.º 320, 02/09/1926, p. 2.

³¹³ Ver exemplos: 4.º ano, n.º 160, 09/08/1923, 4.º ano, n.º 162, 23/08/1923; 5.º ano, n.º 216, 04/09/1924; 7.º ano, n.º 316, 05/08/1926, 7.º ano, n.º 321, 09/09/1926 (Anexo A).

³¹⁴ «O Bailado das Ondinas», *ABC*, 4.º ano, n.º 169, 11/10/1923, p. 2.

³¹⁵ Ver exemplos 1.º ano, n.º 11, 23/09/1920, 3.º ano, n.º 114, 22/09/1923, 5.º ano, n.º 217, 11/09/1924, 6.º ano, n.º 262, 23/07/1925 (Anexo A)

Esta necessidade surge por questões estéticas, uma vez que exercitar o corpo modifica-o, algo que nesta época era fundamental para alcançar a silhueta da moda. O corpo magro, alto e esguio ascendeu a modelo de elegância física da década de 1920. Segundo Irene Vaquinhas, este discurso dissimulou-se entre as classes mais altas, que eram caracterizadas «por formas harmoniosas e pelo corpo e pela coluna vertebral direitos», modelo este que bebia das influências do período classicista da Antiguidade grega³¹⁶. O arquétipo fisiológico do jovem grego da Antiguidade estava condicionado à exercitação do corpo, a integração e a prática rigorosa do desporto na vida do homem conduziam-no à virtude, tornando o corpo a manifestação física dessa prática. A pintura de cerâmica, e em especial as esculturas gregas, exemplificavam o cânone que a sociedade deveria seguir na transformação do corpo através o exercício.

O mesmo efeito pode resultar do consumo de imagens na capa da revista *ABC*. Assumindo ser um objeto de conteúdo atual, ao exibir repetidas imagens, em especial ilustrações, retratando um modelo físico de mulher, acentuava e vincava o padrão a que a mulher se deveria sujeitar para encaixar nos moldes da época. A *ABC* afirmava-se a favor do mesmo, lembrando que a elegância feminina da arte pode se alcançar através da atividade física:

As mulheres, além de saudáveis devem ser belas. A beleza é o primeiro dever de todas as mulheres. A escola helénica dos *sports* femininos modernos não só esculpisa milagrosamente os corpos mais negativos à beleza, como consegue fazer evoluir nesses corpos a beleza que evolui nos desenhos e nas esculturas pela imaginação ilimitada dos artistas.³¹⁷

Por outras palavras, a prática do desporto seria outra forma de alcançar a beleza física, moldando o corpo para corresponder a um modelo de feminilidade pronto a ser mercantilizado para outras tendências da época, como o vestuário, concursos de beleza, ou sedução do sexo masculino. Segundo Helena Machado, ao expor o corpo, o mais importante era «“olhar” os corpos dos outros e “ser olhado”»³¹⁸. Quer isto dizer que, a proliferação da exposição do corpo da mulher através da roupa, ou das idas à praia, sujeitam a mulher a uma constante vigilância do seu corpo.

A prática desportiva integra-se como necessária à preservação da forma física, em especial do modelo *garçonne*. A *ABC* descreve a “mulher moderna” como desportista:

Leve e ágil como uma gazela à solta, modos livres e audaciosos, cabelo à *garçonne*, braços nus, pernas ao léu, um simples vestido leve a envolver-lhe o corpo elegante e desempenado: é o protótipo da mulher moderna, daquela mulher para quem o desporto deixou de ser um capricho de menina mimada para se tornar numa verdadeira necessidade para a sua cultura física.³¹⁹

³¹⁶ Vaquinhas, Irene (2021) «Quando a Gordura Começou a Deixar de ser Formosura... Os Caminhos de um Novo Paradigma Estético nos Finais do Século XIX – Inícios do Século XX». Em *Coquettes, Doutoradas e Outras: História das mulheres em Portugal séculos XIX e XX*. Lisboa: Edições Colibri, p. 40.

³¹⁷ «Sports da Mulher, Sports da Beleza», *ABC*, 7.º ano, n.º 322, 16/09/1926, p. 17.

³¹⁸ Machado, Helena (2000). A construção social da praia..., p. 214.

³¹⁹ «Desportos Femininos: As tenistas de hoje e as de há quinze anos», *ABC*, 7.º ano, n.º 313, 15/07/1926, p. 6.

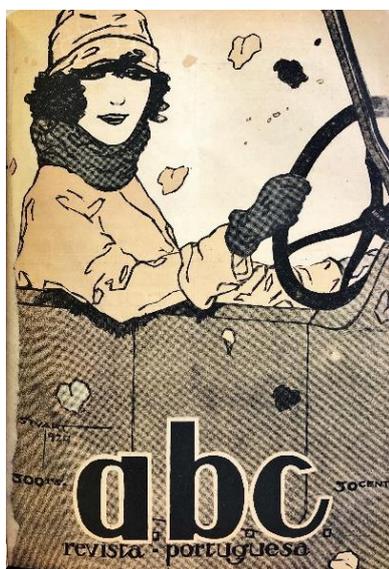
O acesso à prática profissional do desporto também se abre para a esfera feminina, o que diversifica as opções de carreira das mulheres da época. Apesar do vestuário de desporto também se transformar, permitindo maior flexibilidade e movimento, a exposição do corpo neste contexto não se equipara a um ato de sensualidade: «esse semí-nu feminino da desportista não dá atraente sensual da mulher com seus trajos próprios. Elas passam numa confusa mancha, sem provocarem galanterias. São as profissionais duma arte que se desenvolve»³²⁰.

Dá-se a entender que as “mulher moderna” que praticam desporto podem exibir o corpo por uma questão de conforto e praticidade, não sendo associado nenhum carácter sensual a esse vestuário. Porém, mulheres que não pratiquem desporto, ao vestirem roupa igualmente encurtada e confortável, tendem a ser consideradas “provocadoras de galanteio”.

Esta nova integração do desporto distingue-se pela variedade de modalidades disponíveis, desde o ténis, o hipismo, a natação, o futebol, o golf, o ciclismo, entre outros menos populares. Apesar desta pluralidade de modalidades, as representações da *ABC* apresentam um baixo número de desportos, sendo identificáveis o hipismo e a natação como os mais frequentes (imagem 7.3.11).

Sob a premissa futurista da velocidade, também a mulher obtém acesso à licença de condução automóvel e de aviação, trazendo «a surpresa da mulher-*chauffeur*»³²¹: as mulheres podiam guiar um veículo para onde se quisessem deslocar e não serem guiadas por alguém. Em 1914, Elisa Cabral teria sido a primeira mulher portuguesa a conduzir um automóvel, «mas não teve imitadoras»³²², segundo a *ABC*, sendo que só na década de 1920 é que esta prática se dissemina pelo público feminino.

Série de imagens 7.3.V: mulheres modernas ao volante



7.3.12: *ABC*, 1.º ano, n.º14, 14/10/1920, ilust. de Stuart Carvalhais



7.3.13: *ABC*, 5.º ano, n.º260, 09/07/1925



7.3.14: *ABC*, 2.º ano, n.º61, 08/09/1921

³²⁰ «O Sport e as Mulheres», *ABC*, 4.º ano, n.º 174, 15/11/1923, p. 3.

³²¹ «A Mulher no Volante», *ABC*, 7.º ano, n.º 319, 26/08/1926, p. 15.

³²² «A Mulher no Volante», *ABC*, 7.º ano, n.º 319, 26/08/1926, p. 15.

Porém, como refere José Carlos Barros Rodrigues, esta aparente difusão da imagem da mulher condutora era maioritariamente realizada para efeitos publicitários, onde a mesma «surge como fator emocional de valorização do veículo e da respetiva marca»³²³. O caso é visível na *ABC*, que utiliza alguns anúncios dos novos automóveis com “mulher moderna” justapostas ao mesmo, ou publica artigos em que se dirige às novas mulheres condutoras, aconselhando-as sobre o que devem vestir quando se deslocam numa viagem de automóvel³²⁴. No que diz respeito às capas, em 1925 é publicada a fotografia da *divette* Laura Costa a conduzir um carro *Fiat* (imagem 7.3.13), exemplificando a estratégia publicitária a que José Carlos Barros Rodrigues alude.

O automóvel nas mãos da mulher era símbolo do progresso dos tempos, mas isso não implicava que essa opinião fosse unânime. Maria Luísa Sousa refere que para muitos homens este novo domínio ameaçava a sua identidade masculina, resultando em tentativas de restringir o acesso da mulher à condução, justificadas com argumentos baseados na “biologia feminina” e de esta carecer a proteção do homem³²⁵. Portugal não registava um grande número de mulheres com licença de condução: em 1926 a *ABC* afirma haver cerca de doze condutoras, fraco face ao número elevado de outras cidades ocidentais³²⁶.

A aviação apresenta-se como um caso diferente: pela sua ainda maior inacessibilidade a qualquer cidadão, não havia motivo para publicitar a compra de aeronaves. No início do século XX, as mulheres também conquistam o direito de tirar o brevet de aviação, sendo primeira mulher a francesa Raymonde de Laroche (1886-1919)³²⁷. Em Portugal, passariam quase duas décadas até que Maria de Lourdes Sá Teixeira (1907-1984) recebesse a sua licença, tornando-se a primeira aviadora portuguesa e sendo publicada na primeira página da *ABC* em 1928, o mesmo ano em que alcança o feito, com a legenda à sua fotografia:

a Snr^a D. Maria de Lourdes Sá Teixeira, em cujo exame deu provas de grande coragem e competência. Fica sendo a primeira senhora aviadora em Portugal. É um triunfo de que deve legitimamente ufanar-se. Nós saudamos dela a nova geração de mulher portuguesa, que tem na nova aviadora um dos seus mais notáveis expoentes.³²⁸

³²³ Rodrigues, José Carlos Barros, (2012). *A Implantação do Automóvel em Portugal (1895-1910)* Dissertação de Doutoramento em História, Filosofia e Património da Ciência e da Tecnologia, Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Nova de Lisboa, p. 90.

³²⁴ Ver «V. Ex^a vai passear de automóvel?», *ABC*, 2.º ano, n.º 74, 08/12/1921.

³²⁵ Sousa, Maria Luísa de Castro Coelho de Oliveira, (2013). *A mobilidade automóvel em Portugal. A construção do sistema socio-técnico, 1920-1950*. Tese de Doutoramento em História, Filosofia e Património da Ciência e da Tecnologia, Faculdade de Ciências e Tecnologia, Université Sorbonne Nouvelle – Paris 3 e Universidade Nova de Lisboa, p. 158.

³²⁶ «A Mulher no Volante», *ABC*, 7.º ano, n.º 319, 26/08/1926, p. 15. Ver Marques, Gabriela Mota (2007). “Cabelos à Joãozinho” ..., p. 73, Rodrigues, José Carlos Barros, (2012). *A Implantação do Automóvel em Portugal...*, pp. 92-93.

³²⁷ Celidónio, Luiz Eduardo, (2018). «Mulheres que Voam: As primeiras a conquistar os céus», São Paulo: Labrador, p. 6.

³²⁸ *ABC*, 9.º ano, n.º 439, 13/12/1928, p. 1.

Naturalmente, sendo que este evento se deu no ano de 1928, já se excluí dos limites temporais que balizaram a construção do *corpus* em investigação. No entanto, nos anos de 1922 e 1924, a *ABC* dedica a sua capa à aviadora brasileira Tereza di Marzo (1903-1986), mostrando que não se esperou até esta conquista chegar a Portugal para poder homenagear o destaque das mulheres no mundo da aviação, mesmo que em outras regiões³²⁹.

Por um lado, parece haver uma exaltação das modernas aviadoras, por outro lado, há artigos que contradizem esta posição, afirmando que a «mulher não foi criada para guiar um aeroplano, como o não foi também para dirigir um barco, uma carroça ou uma oficina de serralheria mecânica»³³⁰, transmitindo uma vez mais a crença que tais práticas seriam exclusivamente masculinas destinadas.

Apesar de não insistirem em posicionar mulheres neste tipo de funções, as capas da *ABC* não deixam de dedicar espaço à sua representação, publicando aviadoras, mulheres a guiar um barco (imagem 7.3.14) ou a conduzir um automóvel (imagem 7.3.12).

Assim como sucedia na condução de automóveis, poucas mulheres tinham licença para pilotar e as que tinham provinham de classes altas e abastadas. O acesso a estes novos veículos era restrito, e por esse motivo conferia prestígio social a quem os possuísse, especialmente no caso do automóvel no início da década de 1920. Associar a “mulher moderna” a estas práticas indicia a sua integração na esfera masculina, o que se manifesta para além do traje, mas também na prática desportiva e na obtenção de licença de condução de veículos motorizados. Podemos concluir que todos estes elementos e práticas também reforçam o seu estatuto social, que lhe concede o acesso a este estilo de vida e aos avanços modernos da tecnologia.

A análise das atividades representadas pela *ABC* ajuda não só a descrever o estilo de vida pelo qual a “mulher moderna” se destacava, mas também a sistematizar as suas características.

- Segundo a representação nas capas da *ABC*, reforça-se a representação da “mulher moderna” enquanto sedutora, por frequentar os clubes noturnos da época, onde podia dançar com parceiros masculinos e *flirtar*, atividade que também pode ter lugar em contexto de praia. O ato de fumar também é representado como um gesto sedutor da sua parte. Por fim, a sua representação isolada na composição dá a entender ao observador que esta mulher não é comprometida.
- As atividades em que surge a “mulher moderna” proporcionam, em alguns casos, a presença de companhia, representando a sua sociabilidade. Tal é comum em cenários que indicam práticas de veraneio ou saídas aos clubes noturnos.
- A sua elegância também se manifesta de acordo com a moda que contextualiza a atividade representada. Em especial podemos associar a prática desportiva à exigência da manutenção da nova silhueta corpórea que emerge como padrão da nova feminilidade.

³²⁹ Ver exemplos 3.º ano, n.º 106, 20/07/1922 e 4.º ano, n.º 182, 10/01/1924 (Anexo A). Também o artigo «Mulheres Aviadoras», *ABC*, 6.º ano, n.º 271, 24/09/1925, pp. 16-17, apresenta pequenas gravuras em redor do artigo nomeando diferentes aviadores pelo mundo.

³³⁰ Montemór, Sergio de, «Uma Aviadora Alemã», *ABC*, 4.º ano, n.º 207, 03/07/1924, p. 10.

- Por aderir ao desporto como prática comum no seu estilo de vida, a “mulher moderna” é vista como uma mulher ativa. O mesmo se pode observar nas idas à praia. Uma vez que as capas da *ABC* apostam numa divulgação de várias mulheres pertencentes ao mundo do espetáculo, a “mulher moderna” também é ativa no sentido de ter uma ocupação profissional, maioritariamente associada às artes de palco.
- As representações que aludem a cenários noturnos, nomeadamente os clubes e os contextos de espetáculo, representam a mulher enquanto uma figura alegre, que dança e se diverte.

A análise das atividades representadas nas capas da *ABC* ajudam a detalhar a caracterização da “mulher moderna” segundo este modelo contextualizado numa época específica e marcado por algumas novidades. É o caso da representação de uma boémia noturna, manifestada na associação aos clubes, onde se dançava ao som da *jazz-band* madrugada fora, ou aos espetáculos de teatro. O caso é notório em 1927, nas capas com publicidade ao Bristol Club, que apresentam a “mulher moderna” como rosto destes espaços, ou nas capas com fotografias de celebridades femininas de espetáculos.

Por outro lado, é notório como é o vestuário que contextualiza a maioria destas atividades, pelo que, mesmo na ambiguidade da representação cenográfica, podemos deduzir com facilidade que a mulher presente na imagem está representada a meio de algum tipo de atividade.

Atividades como a condução, o desporto, ou as idas à praia, demonstram como a figura da mulher deixa de se caracterizar como passiva e passa a integrar hábitos de vida exteriores, sociais e de acordo com os progressos dos tempos. Este fenómeno é relevante quando se caracteriza a “mulher moderna” dos Anos Vinte, porque esta não só representa a “cabelos à Joãozinho” de um ponto de vista histórico, mas alinha-se as descrições históricas com a narrativa visual que a *ABC* expõe. De um ponto de vista publicitário, estas representações são relevantes para a revista, pois ao ilustrar mulheres de *maillot* na praia, fotografias de aviadoras, ou mulheres de cigarro nos *clubs*, a *ABC* reafirma a sua aprovação e divulgação deste modelo de mulher.

CONCLUSÃO

8. A Contracapa

As conclusões alcançadas durante o percurso desta investigação permitem delinear uma caracterização qualitativa com base num levantamento quantitativo das tendências de representação da “mulher moderna” dos Anos Vinte nas capas da revista portuguesa *ABC*.

A rutura do paradigma de feminilidade, que se assiste na década de 1920, concebe um arquétipo de mulher moderna transgressor da convenção que rege o papel da mulher na sociedade. Estas mulheres, nomeadas em Portugal como “cabelos à Joãozinho”, manifestam um novo visual e estilo de vida, que instiga a preocupações na sociedade mais conservadora que reprovava este modelo de mulher. A investigação propôs-se estudar como um objeto visual da sua época – as capas da revista *ABC* – contribuiu para disseminar uma representação deste modelo de mulher. Procurou-se assim caracterizar a identidade da “mulher moderna” segundo as suas representações nas capas da *ABC*.

A investigação evidenciou semelhanças entre as ilustrações publicadas em capas de revistas produzidas durante esta época, tanto de um ponto de vista nacional como internacional, reforçando a ideia de que o fenómeno da representação da “mulher moderna” dos Anos Vinte foi consolidado estilística e tematicamente através da circulação transnacional de imagens e do intercâmbio de influências durante o início do século XX.

As influências da Arte Déco são notórias. Fosse em ilustrações de revistas ou em figurinos de moda e teatro, o período Déco inspirou a geração de artistas que colaboram na *ABC*. Ilustradores como Stuart Carvalhais ou Jorge Barradas absorveram estas tendências de representar a mulher de acordo o estilo presente na Arte Déco. Nesta linha artística, a representação da “mulher moderna” é imobilizada, transformando-a num manequim com a função de mercantilizar um vestuário que oferece a elegância e juventude. A sua sensualidade é ostentada através de uma insinuação de nudez, muitas vezes exibida pelo drapejar de panejamento ao longo do corpo. Esta característica acentua a sua feminilidade e torna a representação da sensualidade uma característica da delicadeza e do belo.

Por oposição, a outra influência temática estrangeira evidente chega da Nova Objetividade alemã. Estilisticamente, não se encontra pontos de contacto entre este movimento modernista e as imagens da *ABC*, no entanto, é possível estabelecer relações no que diz respeito ao papel da “mulher moderna”. A Nova Objetividade representa o corpo da mulher de forma semelhante à Arte Déco, na medida em que também a objetifica, no entanto, o teor sexual aplicado à sua figura instrumentaliza o seu corpo para o diminuir, acabando por representar mulheres com o efeito oposto daquele manifestado pela Arte Déco. A “mulher moderna”, segundo a Nova Objetividade, serve como figura que reflete a expressão sexual na urbanidade moderna, associando-a à prostituição. A *ABC*, influenciada por estes movimentos, não representa a sexualidade da mulher de forma explícita, apostando na caracterização ténue da sensualidade através do olhar, da roupa, ou de um simples encolher de ombro.

A comparação com as tendências observadas no estrangeiro confirma a evidência de semelhanças, mas também revela a originalidade das representações da *ABC*. A análise explorou primeiramente as dinâmicas de expressividade do perfil da “mulher moderna” nas capas. Concluiu-se que há notórias diferenças na representação das mulheres ilustradas e das mulheres fotografadas, nomeadamente na pose do corpo, se a mesma se representa espontânea ou intencionalmente. Optar por imagens que captam o corpo inteiro e não apenas o rosto possibilita maior dinamismo na representação das poses, dos cenários em que a figura da mulher se pode contextualizar, e na variedade de vestuários modernos. As imagens de rosto permitem a representação de detalhes dificilmente perceptíveis na representação do corpo, como bijutaria, maquilhagem, ou a expressão facial.

O vestuário é um importante elemento para a caracterização da “mulher moderna”, não só por ser uma das inovações modernas da época, mas porque comunica visualmente a transformação do paradigma de feminilidade, além de dar indícios sobre as atividades ou cenários em que se contextualiza a mulher na imagem. O caso é notável em representações da “mulher moderna” associada a práticas de lazer do verão, à boémia, como espetáculos ou clubes noturnos, ou a práticas do desporto.

A sua representação nas capas caracteriza-a como uma mulher alegre e divertida, que vai aos clubes noturnos e dança a noite inteira, ou adere às práticas de veraneio. Nestes contextos, ela é muitas vezes representada como uma figura sociável, em especial na companhia do sexo masculino com quem tem mais pretextos de praticar o *flirt*. Esta caracterização também nos diz que ela é uma mulher descomprometida e especialmente sedutora. A sedução foi característica presente por toda a análise, fosse nas suas poses intencionais ou desprevenidas, no seu contacto visual, no vestuário moderno que expõe mais corpo. O seu visual moderno também a caracteriza como uma mulher jovem, elegante e abastada, capaz de sustentar a compra das novas coleções de moda e a manutenção do cabelo curto e arranjado. As capas da *ABC* caracterizam a “mulher moderna” como não passiva, mesmo quando representada numa pose intencional, o cenário narra-a enquanto um agente participativo da época moderna.

Apesar da investigação não se propor realizar uma comparação entre as capas da *ABC* e os artigos no interior, estes são imprescindíveis para os contextualizar, revelando em muitos casos contradições em relação a este modelo de mulher. Em alguns artigos é perceptível um tom crítico que as diminui-a, em contraponto com as representações visuais das capas que veiculam a mensagens de celebrar este modelo progressista, alinhando-se a ele e utilizando-o como imagem identitária da revista. Desde modo, seria oportuno realizar-se uma análise aprofundada e atenta dos artigos e das capas da *ABC* em confronto com o discurso das capas.

A nível analítico das capas, um campo de estudo excluído da presente dissertação, mas que apresenta promissores resultados, seria uma análise do esquema cromático usado nas capas da *ABC*. Não só esta é considerada a “época de ouro da ilustração”, mas a revista ilustrada aproveita o progresso da impressão para melhorar as condições visuais dos seus produtos, como por exemplo a melhor qualidade fotográfica.

Assim, a questão da cor é relevante nesta época e seria tema de particular interesse no caso das capas da *ABC*.

A escolha do tema obrigou à exclusão de outros possíveis caminhos, como abordar comparativamente as representações de “mulheres modernas” e mulheres “não modernas”, que acabaram por fazer parte do *corpus* excluído. Outro possível caminho seria estender a análise à década inteira, de modo a observar as transformações sentidas após o golpe de estado militar de 1926. Sendo a *ABC* um periódico de curta duração, e havendo fácil acesso até 1931 do seu conteúdo, oficialmente cessando em 1940, é possível que se evidencie alterações e diversidades representativas das presentes no início da década de 1920.

Esta nota conclusiva procura deixar em abertos caminhos alternativos para a investigação deste tema apresenta, demonstrando como a *ABC*, pelo seu sucesso e fonte da memória dos Anos Vinte em Lisboa, continua a ser alvo de interesse e estudo.

Fontes e Bibliografia

Periódicos (Fontes)

ABC: Revista Portuguesa (1920-1940). Consulta de 1920-1930.

Contemporânea (1915-1926) Consulta de 3.º Série, n.º 1, ??/05/1926.

Diário de Lisboa (1921-1990), 6.º Ano, n.º 1802, 24/02/1927.

Ilustração Portuguesa (1903-1924). Consulta de 3.º Ano, n.º 118, 05/02/1906; II série, n.º 816, 08/10/1921.

O Século (1880-1977). Consulta de 5º Ano, nº1:221, 11/03/1918.

Bibliografia

Andrade, Adriano da Guerra, (1999). *Dicionário de Pseudónimos e Iniciais de Escritores Portugueses*. Lisboa: Biblioteca Nacional.

Bellow, Juliet, (2016). *Modernism on Stage: The Ballets Russes and the Parisian Avant-Garde*. Nova Iorque: Routledge, Taylor & Francis.

Berger, John, (2018). *Modos de Ver*, Lisboa: Antígona.

Berman, Ronald, (2014). «Fitzgerald and the Idea of Society», *The F. Scott Fitzgerald Review*, 12(1), pp. 32-43.

Bland, Lucy, (2013). «Butterfly women, ‘Chinamen’, dope fiends and metropolitan allure». Em *Modern Women on Trial: Sexual Transgression in the Age of the Flapper*, Manchester: Manchester University Press, pp. 55-101.

Boyd, Iain e Frisby, David, (Ed.) (2012), *Metropolis Berlin: 1880-1940*, Londres: University of California Press.

Caetano, Lucília, (1986). «A participação da mulher na indústria transformadora». Em Atas do Colóquio *A mulher na sociedade portuguesa. Visão histórica e perspetivas atuais*, 20-22 de março de 1985, vol. 1. Coimbra: Instituto de História Económica e Social, Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, pp. 383-396.

Cambridge, Nicolas, (2017). «Seductive Visions: Gazing Across Time and Space in the Mor(t)ality Tales of Fashion Representation» Em (Ed.) Zantides, Evripides, *Semiotics and Visual Communication II: Culture of Seduction*, Newcastle upon Tyne, pp. 236-251.

Carlin, Joseph M., (2012). *Cocktails: A Global History*, Londres: Reaktion Books.

Cascão, Rui, (2011). «Em casa: o quotidiano familiar». Em Mattoso, José. (dir.); Vaquinhas, Irene. (coord.) *História da Vida Privada em Portugal – A Época Contemporânea* (Vol 3). S.l.: Círculo de Leitores e Temas e Debates, pp. 222-252.

- Cascão, Rui, (1986). «Família e divórcio na Primeira República». Em Atas do Colóquio *A mulher na sociedade portuguesa. Visão histórica e perspetivas atuais*, 20-22 de março de 1985, vol. 1. Coimbra: Instituto de História Económica e Social, Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, pp.153-169.
- Castro, Maria João, (2017). *O Essencial sobre os Ballets Russes em Lisboa*, Lisboa: Imprensa Nacional.
- Celidonio, Luiz Eduardo, (2018). «Mulheres que Voam: As primeiras a conquistar os céus», São Paulo: Labrador.
- Coelho, Sónia e Fintes, Susana, (2021). «Vozes femininas a favor da instrução das mulheres nos jornais oitocentistas: *A Assembleia Literária e A Voz Feminina*». *Revista de História da Sociedade e da Cultura*, 21, pp.241-262.
- Cott, Nancy, F., (1991). “A mulher moderna: o estilo americano dos Anos Vinte”. Em Duby, Georges e Perrot, Michelle (Dir), *História das Mulheres no Ocidente: o século XX*, Vol. V. Porto: Edições Afrontamento, pp. 95-113.
- Crane, Diana, (2000). «Fashion, Identity, and Social Change». Em *Fashion and its Social Agenda: Class, Gender, and Identity in Clothing*, Chicago: University of Chicago Press, pp. 3-25.
- Dias, Fernando Rosa, (2013). «A Arte Portuguesa e os Ciclos de Migração Artística para Paris». Em *Chiado Baixo e o Confronto com o Francesismo nas Artes e na Literatura*. Lisboa: Faculdade de Belas Artes. CIEBA, pp. 49-94.
- Dias, Fernando Rosa, (2012). «O Futuro dos Humoristas: O Humorismo enquanto Modernismo» Em «Os Humoristas de 1912 e o Futuro da Memória» *Ciclo de Conferências & Exposições de Arte*, 2012, Faculdade de Belas-Artes.
- Elliot, Andrew J. e Niesta, Daniela, (2008). «Romantic red: Red enhances men’s attraction to women» *Journal of Personality and Social Psychology*, 95(5), pp. 1150-1164.
- Poli. Doretta Davanzo (2008), «George Barbier and fashion». Em (Ed.) Martorelli, Barbara *George Barbier: The Birth of Art Deco*. Veneza: Marsilio Editori, pp. 106-123.
- Ercoli, Giuliano, (2008). «” Pochoir”: notes for a history and description of the technique». Em (Ed.) Martorelli, Barbara *George Barbier: The Birth of Art Deco*. Veneza: Marsilio Editori, pp. 124-127.
- Ferguson, Marjorie, (1981). “The Woman’s Magazine Cover Photograph”. *The Sociological Review*, 29(1), pp. 219-238.
- Ferreira, Helena Carla Gonçalo, (2013). *Ver não custa, o que custa é saber ver: a crítica social e política na comunicação visual do Teatro de Revista à Portuguesa no Parque Mayer (1926-2011): uma análise sócio-semiótica visual*. Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação, Universidade do Minho.
- Fischer, Lucy, (2003). *Designing women: cinema, art deco, and the female form*, Nova Iorque: Columbia University Press.
- Flynt, Suzanne L. (2009) «Don’t Smile for the Camera: Expression in Early Photography» *Historical Journal of Massachusetts*, 37(1), pp. 1-11.
- Fragoso, Ana Margarida de Bastos Ambrósio (2009). *Formas e Expressões da Comunicação Visual em Portugal: Contributo para o estudo da cultura visual do século XX, através das publicações periódicas*.

Dissertação de Doutoramento apresentada à Faculdade de Arquitetura da Universidade Técnica de Lisboa.

França, José-Augusto, (1980). *A Arte e a Sociedade Portuguesa no século XX*. 2º Ed. Lisboa: Livros Horizonte.

França, José-Augusto. (1991). *A Arte em Portugal no Século XX*. Lisboa: Bertrand Editora.

França, José-Augusto, (1983). «Sondagem nos Anos 20 – Cultura, Sociedade, Cidade», *Análise Social*, 19(77-78-79), pp. 823-844.

Freedman, Estelle B., (1974) «The New Woman: Changing Views of Women in the 1920s», *The Journal of American History*, 61(2), pp. 372-393.

Freitas, Maria Helena de, (1985). «Imagens e Miragens de uma Década». Em *O Grafismo e Ilustração nos Anos 20*. janeiro de 1985, Catálogo Ed. Fundação Calouste Gulbenkian, Centro de Arte Moderna, Lisboa, s.p.

Freund, Gisèle, (1974). *La fotografía como documento social*, (2º Ed). Barcelona: Guastavo Gili.

Funkenstein, Susan Laikin, (2005). «Anita Berber: Imaging a Weimar Performance Artist», *Woman's Art Journal*, 26(1), pp. 26-31.

Garvey, Ellen Gruber, (1996). *The Adman in the Parlor: Magazines and the Gendering of Consumer Culture, 1880s to 1910s*. Nova Iorque: Oxford University Press.

Givens, David B., (1977). «Shoulder Shrugging: A Densely Communicative Expressive Behavior», *Semiotica* 19(1-2), pp. 13-28.

Givens, David B., (1978). «The Nonverbal Basis of Attraction: Flirtation, Courtship, and Seduction» *Psychiatry*, 41(4), pp.346-359.

Gomes, Tânia Vanessa Araújo (2011). *Uma revista feminina em tempo de Guerra: O caso da “Eva” (1939-1945)*. Dissertação de mestrado em História Contemporânea: Economia, Sociedade e Relações Internacionais, Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.

Gurrieri, Lauren e Drenten, Jenna (2021). «The feminist politics of choice: lipstick as a marketplace icon» *Consumption Markets&Culture*, 24(3), pp. 225-240.

Hall, Stuart, (1997). «Representation, Meaning and Language». Em Hall, Stuart (Ed.) *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. S.l. The Open University e SAGE Publications, pp. 15-30.

Hartley, Barbara (2008) «Performing the Nation: Magazine Images of Women and Girls in the Illustrations of Takabatake Kasho, 1925-1937», *Intersections: Gender and Sexuality in Asia and the Pacific*, University of Tasmania, 16, s.p.

Held, Gudrun (2005). «Magazine Covers – A Multimodal Pretext-Genre». *Folia Linguistica*, 39(1-2), pp. 173-196.

Helena, M. e Cunha, R. Laranjeiro da (2002). «Os periódicos e a emancipação feminina». *FORUM Universidade do Minho*, 31, pp.129-168.

- Hiller, Bevis. (1985). *Art Deco of the 20s and 30s*. New York: Schocken Books.
- Howells, Richard (2003) «Ideology» Em *Visual Culture*, s.l: Polity Press, pp. 83-88.
- Howells, Richard (2003) «Semiotics» Em *Visual Culture*, s.l: Polity Press, pp. 94-114.
- Ingemarsdotter, Jenny (2019) *The Masculine Modern Woman: Pushing Boundaries in the Swedish Popular Media of the 1920's*, Nova Iorque: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Jules-Rosette, Bennetta, (2000). «Two Loves: Josephine Baker as Icon and Image», *Emergences* 10(1), pp. 55-77.
- Keyser, Catherine, (2007). «Edna St. Millay and the Very Clever Woman in Vanity Fair». *American Periodicals: A Journal of History & Criticism*, 17(1), pp.65-96.
- Kitch, Carolyn L. (2001). *The Girl on the Magazine Cover: The Origins of Visual Stereotypes in American Mass Media*, s.l.: The University of North Carolina Press.
- Kitch, Carolyn, (2015). «Theory and Methods of Analysis: Models for Understanding Magazines». Em, Abrahamson, David e Prior-Miller, Marcia R. (Ed.) *The Routledge Handbook of Magazine Research: The Future of Magazine Form*, Nova Iorque: Taylor & Francis Group, pp. 9-21.
- Knowels, Mark, (2009). *The wicked waltz and other scandalous dances: outrage at couple dancing in the 19th and early 20th centuries*. North Carolina: McFarland & Company, Inc., Publishers.
- Kress, Gunther e Leeuwen, Theo Van, (2002). «Colour as a semiotic mode: notes for a grammar of colour», *Visual Communication*, 1(3), pp. 343-368.
- Lacey, Nick, (1998). «Representation». Em *Image and Representation: Key Concepts in Media Studies*, Nova Iorque: St. Martin's Press, pp. 131-188.
- Lareau, Alan, (1991). «The German cabaret movement during the Weimar Republic. *Theatre Journal*, 43(4), pp. 471-490.
- Leighten, Patricia Dee, (2013). *The Liberation of Painting: Modernism and Anarchism in Avant-Guerre Paris*. Chicago: University of Chicago Press.
- Lobo, Maria Theresa Figueiredo Beco de, (1998). *Para o estudo da ilustração e do grafismo em Portugal: Publicidade, moda e mobiliário (1920-1940)*. Vol. 1. Dissertação de Mestrado em História da Arte Contemporânea, apresentada à Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa.
- Lourenço, Jaime e Centeno, Maria João, (2010). «Imprensa Portuguesa sobre Cinema: uma Retrospectiva». Em Baptista, Carla e Sousa, Jorge Pedro (Org.) *Para uma História do Jornalismo em Portugal*, Lisboa: ICNOVA – Instituto de Comunicação da Nova, pp. 103-115.
- Lousa, Teresa, (2020). «Modernismo e Nacionalismo: Casos Paradigmáticos em Portugal E Espanha». *Revista Internacional Interdisciplinar INTERthesis, Florianópolis*, 17, pp.1-15.
- Machado, Helena, (2000). A construção social da praia. *Sociedade e Cultura* 1, *Cadernos do Noroeste*, Série Sociologia, 13(1), pp. 201-218.
- Magalhães, Paula Gomes, (2021). *Os Loucos Anos 20: Diário da Lisboa boémia*. 1º Ed. Lisboa: Planeta.

- Mahawatte, Royce, (2019). «Self and Society Part II: Fashioning Social Hair» Em (Ed.) Biddle-Perry, Geraldine, *A Cultural History of Hair in the Modern Age*, (Vol. 6), Londres: Bloomsbury Academic, pp. 41-56.
- Makela, Maria, (2007). «Politicizing Painting: The Case of New Objectivity». Em (Ed.) McBride, Patrizia; McCormick Richard W. e Žagar, Monica. *Legacies of Modernism: Art and Politics in Northern Europe, 1890-1950*. New York: Palgrave MacMillan, pp. 133-147.
- Marques, Gabriela Mota, (2007). “*Cabelos à Joãozinho*”: *A Garçonne em Portugal nos Anos Vinte*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Martine, Joly, (2007). *Introdução à Análise da Imagem*, Lisboa: Edições 70.
- Martorelli, Barbara, (2008). «George Barbier 1882-1932». Em (Ed.) Martorelli, Barbara *George Barbier: The Birth of Art Deco*. Veneza: Marsilio Editori, pp.15-53.
- McCormick, Richard W., (2001). *Gender and Sexuality in Weimar Modernity: Film, Literature, and “New Objectivity”*. New York: Palgrave.
- Moura, Maria Lúcia de Brito, (2011). «Sensibilidade religiosa e devoção doméstica: entre o “temor de Deus” e o “amor de Deus”». Em Mattoso, José. (dir.); Vaquinhas, Irene. (coord.) *História da Vida Privada em Portugal – A Época Contemporânea* (Vol 3). S.l.: Círculo de Leitores e Temas e Debates, pp.290-321.
- Mulvey, Laura, (2003). «Visual Pleasure and Narrative Cinema» Em (Ed.) Jones, Amelia, *The Feminist and Visual Culture Reader*, Nova Iorque: Routledge, pp.44-53.
- Negreiros, José Almada de, (2015). *Nome de Guerra*, Porto: Assírio & Alvim.
- Nöth, Winfried, (2007). «Metapictures and Self-Referential Pictures». Em (Ed.) Nöth, Winfried e Bishara, Nina *Self-Reference in the Media*, Berlim: Mouton de Gruyter, pp. 61-78.
- Ohmann, Richard, (1996). *Selling Culture: Magazines, Markets, and Class at the Turn of the Century*, s.l.: Verso.
- Peiss, Kathy, (2011). *Hope in a Jar: The Making of America’s Beauty Culture*, Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Pereira, Ana Leonor e Pita, João Rui, (2011). “A higiene: da higiene das habitações ao asseio pessoa”. Em Atas do Colóquio *A mulher na sociedade portuguesa. Visão histórica e perspectivas atuais*, 20-22 de março de 1985, vol. 1. Coimbra: Instituto de História Económica e Social, Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, pp. 92-116.
- Pinheiro, Francisco, (2013). «Portugal de calções – para uma génese do desporto enquanto fenómeno mediático». *Revista faac*, Bauru, 2(2), pp. 181-194.
- Pinheiro, Magda, (2012). «Lisboa Republicana». Em *Biografia de Lisboa*, (2º Ed.). Lisboa: A Esfera dos Livros, pp. 281-318.
- Pike, Deborah, (2017). «“Masquerading as Herself”: The Flapper and the modern Girl in the Journalism and Short Fiction of Zelda Fitzgerald». *The F. Scott Fitzgerald Review*, 15(1), pp. 130-148
- Reinharz, Shulamit (1992) *Feminist Methods in Social Research*, Nova Iorque: Oxford University Press.

- Rodrigues, António, (1995). *Jorge Barradas*, s.l.: Imprensa Nacional Casa da Moeda.
- Rodrigues, José Carlos Barros, (2012). *A Implantação do Automóvel em Portugal (1895-1910)* Dissertação de Doutoramento em História, Filosofia e Património da Ciência e da Tecnologia, Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Nova de Lisboa.
- Rodrigues, Sofia Leal, (2005). «Humor, Modernismo e Anúncios Publicitários». *Arte Teoria*, 6, pp. 270-286.
- Rosas, Fernando, (2003). «As Grandes Propostas em Confronto: Republicanismo, Autoritarismo e Revolução social» Em *Pensamento e Ação Política: Portugal Século XX (1890-1976)*, Lisboa: Editorial Notícias, pp. 25-82.
- Rose, Gillian (2016) «Content Analysis and Cultural Analytics: Finding Patterns in What You See» Em *Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual Materials*, 4º Ed., Londres: SAGE Publications,
- Rose, Gillian (2016). «How is Sexual Difference Visual 1: Watching Movies with Laura Mulvey». Em *Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual Materials*, (4º Ed.). Londres: SAGE Publications, pp. 155-165.
- Rose, Gillian (2016) «“The Good Eye” Looking at Pictures Using Compositional Interpretation», Em *Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual Materials*, 4º Ed., Londres: SAGE Publications,
- Rose, Gillian (2016) «Towards a Critical Visual Methodology». Em *Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual Materials*, 4º Ed., Londres: SAGE Publications,
- Roylance, Dale, (1999). «Art Deco Paris 1900-1925: Catalogue of the Exhibition of Pochoir Color Prints from the Graphic Arts Collection», *The Princeton University Library Chronicle*, nº1.
- Salvador, Teresa, (2009). «Em torno dos periódicos femininos». *Cultura: Revista de História e Teoria das Ideias*, 26(2), pp. 95-117.
- Santana, Maria Helena, (2011). «Estética e aparência». Em Atas do Colóquio *A mulher na sociedade portuguesa. Visão histórica e perspetivas atuais*, 20-22 de março de 1985, vol. 1. Coimbra: Instituto de História Económica e Social, Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, pp. 428-452.
- Santana, Maria Helena e Lourenço, António Apolinário, (2011). «No leito. Comportamentos sexuais e erotismo». Em Mattoso, José. (dir.); Vaquinhas, Irene. (coord.) *História da Vida Privada em Portugal – A Época Contemporânea* (Vol 3). S.l.: Círculo de Leitores e Temas e Debates, pp.254-289.
- Savigliano, Marta E., (1995). «Whiny Ruffians and Rebellious Broads: Tango as a Spectacle of Eroticized Social Tension», *Theatre Journal*, 47(1), pp. 83-104.
- Silva, José Gentil da, (1986). «A mulher e o trabalho em Portugal». Em Atas do Colóquio *A mulher na sociedade portuguesa. Visão histórica e perspetivas atuais*, 20-22 de março de 1985, vol. 1. Coimbra: Instituto de História Económica e Social, Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, pp. 263-307.
- Simmel, Georg, (1957). «Fashion», *American Journal of Sociology*, 62(6), p.541-558.

- Simon, Linda, (2017). *Lost Girls: The Invention of the Flapper*. Londres: Reaktion Books.
- Smith, Jill Suzanne, (2013). «Naughty Berlin? New Woman, New Spaces and Erotic Confusion». Em *Berlin Coquette: Prostitution and the New German Woman, 1980-1933*, s.l.: Cornell University Press, pp.108-152.
- Somerville, Kristine (2014). “Enemy of Men: The Vamps, Ice Princesses and Flappers of the Silent Screens”, *The Missouri Review*, 37(2), pp.77-94.
- Sousa, Maria Luísa de Castro Coelho de Oliveira, (2013). *A mobilidade automóvel em Portugal. A construção do sistema socio-técnico, 1920-1950*. Tese de Doutoramento em História, Filosofia e Património da Ciência e da Tecnologia, Faculdade de Ciências e Tecnologia, Université Sorbonne Nouvelle – Paris 3 e Universidade Nova de Lisboa.
- Sousa, Pedro Jorge e Teixeira, Patrícia, (2018). «Repórter X – Uma Revista Sob Pseudónimo». *Notícias em Portugal*, ICNOVA – Instituto de Comunicação da NOVA, pp. 253-279.
- Spiker, Ted (2015), «The Magazine Cover: The Craft of Identity and Impact». Em, Abrahamson, David e Prior-Miller, Marcia R. (Ed.) *The Routledge Handbook of Magazine Research: The Future of Magazine Form*, Nova Iorque: Taylor & Francis Group, pp. 377-391.
- Springer, Annemarie. (1973-74). «Some Images of Women in French Posters of the 1980s». *Art Journal*, 33(2), pp. 116-124.
- Tatar, Maria, (1994). «Fighting for Life: Figurations of War, Women, and the City in the Work of Otto Dix», *German Politics & Society*, 32, pp. 28-57.
- Toepfer, Karl, (1992). «Nudity and Modernity in German Dance, 1910-30», *Journal of the History of Sexuality*, 3(1), pp. 58-108.
- Valdemar, António, (1985). *Jorge Barradas*. Lisboa: Edição da Galeria S. Mamede.
- Vaquinhas, Irene, (2021). «As armas da sedução feminina: das “cinturinhas de vespa” Às “pernocas ao léu” (2º metade do século XIX-princípios do século XX)». Em *Coquettes, Doutoradas e Outras: História das mulheres em Portugal séculos XIX e XX*. Lisboa: Edições Colibri, pp.13-26.
- Vaquinhas, Irene, (2011). «A família, essa “pátria em miniatura”». Em Mattoso, José. (dir.); Vaquinhas, Irene. (coord.) *História da Vida Privada em Portugal – A Época Contemporânea* (Vol 3). S.l.: Círculo de Leitores e Temas e Debates, pp. 118-151.
- Vaquinhas, Irene, (2015). “Garçonne”. Em (Org.) Colling, Ana Maria e Tedeschi, Losandro Antonio. *Dicionário Crítico de Género*. Dourados: Editora da Universidade Federal da Grande Dourados, pp.300-304.
- Vaquinhas, Irene, (2006). *Nome de Código “33856”: Os “jogos de fortuna ou azar” em Portugal entre a repressão e a tolerância (de fins do século XIX a 1927)*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Vaquinhas, Irene, (2021). «Quando a Gordura Começou a deixar de ser Formosura... Os Caminhos de um Novo Paradigma Estético nos Finais do Século XIX – Inícios do Século XX». Em *Coquettes, Doutoradas e Outras: História das mulheres em Portugal séculos XIX e XX*. Lisboa: Edições Colibri, pp. 27-44.

Vaquinhas, Irene, (2011). “*Senhoras e mulheres*” na sociedade portuguesa do século XIX. Lisboa: Edições Colibri.

Vaquinhas, Irene e Guimarães, Maria Alice Pinto, (2011). “Economia doméstica e governo do lar. Os saberes domésticos e das funções da dona de casa”. Em Mattoso, José. (dir.); Vaquinhas, Irene. (coord.) *História da Vida Privada em Portugal – A Época Contemporânea* (Vol 3). S.l.: Círculo de Leitores e Temas e Debates, pp.194-221.

Vaz, Cecília, (2017). «Boémia noturna e sociabilidade artística: cabarés em Lisboa nos “loucos anos vinte»», *Imprensa da Universidade de Coimbra*, 9, pp. 137-151.

Vaz, Cecília Santos, (2008). *Clubes Noturnos Modernos em Lisboa: Sociabilidade, Diversão e Transgressão (1917-1927)*. Dissertação de Mestrado em História Moderna e Contemporânea, Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa.

Ward, Janet, (2001). *Weimar surfaces: urban visual culture in 1920s Germany*. Londres: University of California.

Williamson, Judith, (1983). *Decoding Advertisements: Ideology and Meaning in Advertising (Ideas in Progress)*. Londres: Marion Boyars.

Wood, Alice (2020). *Modernism and Modernity in British Women’s Magazines*. Nova Iorque e Londres: Routledge, Taylor & Francis.

Zipes, Jack, (2008). «What Makes a Repulsive Frog so Appealing: Memetics and Fairy Tales», *Journal of Folklore Research*, 45(2), pp. 109-143.

Páginas Web

Biblioteca de Arte Gulbenkian, catálogo e lista de fascículos da ABC: Revista Portuguesa 1920-1931.

https://www.bibartepac.gulbenkian.pt/ipac20/ipac.jsp?profile=ba&menu=search&aspect=basic_search&uri=full=3100024~!149951~!0

Hemeroteca Digital da Hemeroteca Municipal de Lisboa

<https://hemerotecadigital.cm-lisboa.pt/>

ANEXOS

Nota para a consulta dos anexos.

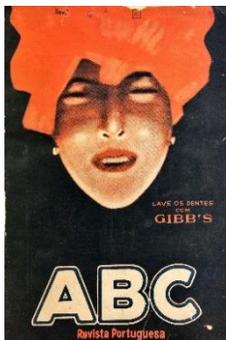
O anexo A. apresenta todas as 241 capas da *ABC* com “mulheres modernas” analisadas para esta investigação. Cada capa apresenta na parte superior da imagem um número referente à sua contagem no anexo (001-241), na parte inferior da imagem está legendada a informação da capa (Ano, nº de publicação, data e autoria do ilustrador ou identidade da mulher presente na fotografia).

Para consultar as tabelas de análise, a coluna “Ref.” indica o número referente (acima da imagem no anexo A) e a coluna “Nº” indica o nº de publicação (por baixo da imagem no anexo A).

ANEXO A. CAPAS DA REVISTA ABC COM MULHERES MODERNAS (1920-1927)

1920

001.



1.º Ano, n.º 1
15/07/1920
Autor Desconhecido

002.



1.º Ano, n.º 2
22/07/1920
Mulher N/Identificada

003.



1.º Ano, n.º 3
29/07/1920
Stuart Carvalhais

004.



1.º Ano, n.º 4
05/07/1920
Stuart Carvalhais

005.



1.º Ano, n.º 7
26/07/1920
Stuart Carvalhais

006.



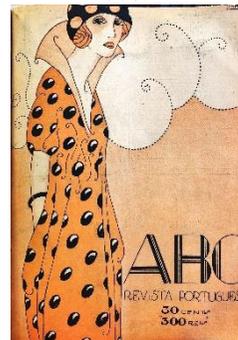
1.º Ano, n.º 8
02/07/1920
Stuart Carvalhais

007.



1.º Ano, n.º 9
09/09/1920
Autor Desconhecido

008.



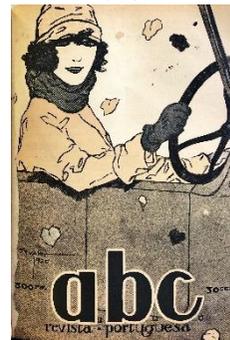
1.º Ano, n.º 10
16/09/1920
Autor Desconhecido

009.



1.º Ano, n.º 11
23/09/1920
Stuart Carvalhais

010.



1.º Ano, n.º 14
14/10/1920
Stuart Carvalhais

011.



1.º Ano, n.º 15
21/10/1920
Jorge Barradas

012.



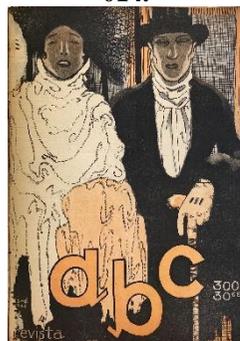
1.º Ano, n.º 16
28/10/1920
Jorge Barradas

013.



1.º Ano, n.º 17
04/11/1920
Jorge Barradas

014.



1.º Ano, n.º 18
11/11/1920
Stuart Carvalhais

015.



1.º Ano, n.º 19
18/11/1920
Jorge Barradas

016.



1.º Ano, n.º 20
25/12/1920
Jorge Barradas

017.



1.º Ano, n.º 21
02/12/1920
Jorge Barradas

018.



1.º Ano, n.º 23
16/12/1920
Jorge Barradas

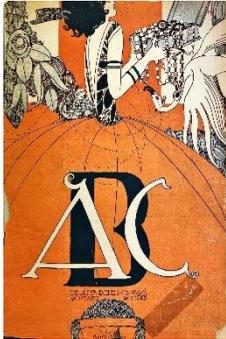
019.



1.º Ano, n.º 24
23/12/1920
Jorge Barradas

1921

020.



1.º Ano, n.º 26
06/01/1921
Jorge Barradas

021.



1.º Ano, n.º 28
20/01/1921
Stuart Carvalhais

022.



1.º Ano, n.º 29
27/01/1921
Jorge Barradas

023.



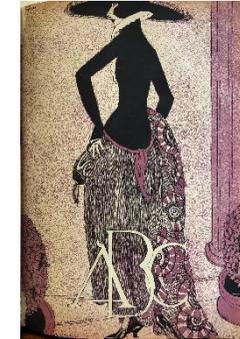
1.º Ano, n.º 30
03/02/1921
Emmerico Nunes

024.



1.º Ano, n.º 31
10/02/1921
Stuart Carvalhais

025.



1.º Ano, n.º 34
03/03/1921
Jorge Barradas

026.



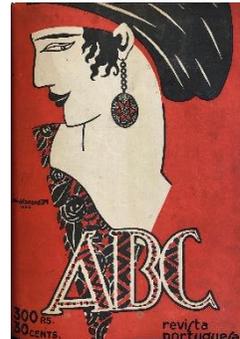
1.º Ano, n.º 35
10/03/1921
Autor Desconhecido

027.



1.º Ano, n.º 36
17/03/1921
Stuart Carvalhais

028.



1.º Ano, n.º 40
14/04/1921
Autor Desconhecido

029.



1.º Ano, n.º 41
21/04/1921
Autor Desconhecido

030.



1.º Ano, n.º 42
28/04/1921
Stuart Carvalhais

031.



1.º Ano, n.º 44
12/05/1921
Autor Desconhecido

032.



1.º Ano, n.º 45
19/05/1921
Stuart Carvalhais

033.



1.º Ano, n.º 47
02/06/1921
Stuart Carvalhais

034.



2.º Ano, n.º 49
16/06/1921
Stuart Carvalhais

035.



2.º Ano, n.º 50
23/06/1921
Autor Desconhecido

036.



2.º Ano, n.º 51
30/06/1921
Poetisa Virgínia
Victoriano

037.



2.º Ano, n.º 53
14/07/1921
Autor Desconhecido

038.



2.º Ano, n.º 55
28/07/1921
Stuart Carvalhais

039.



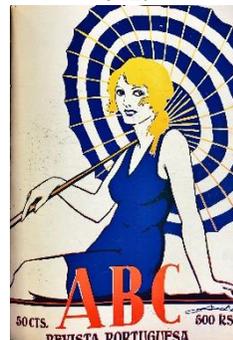
2.º Ano, n.º 57
11/08/1921
Mademoiselle Mina
Cantilo

040.



2.º Ano, n.º 58
18/08/1921
Américo Amarelhe

041.



2.º Ano, n.º 59
25/08/1921
Autor Desconhecido

042.



2.º Ano, n.º 60
01/09/1921
Autor Desconhecido

043.



2.º Ano, n.º 61
08/09/1921
Autor Desconhecido

044.



2.º Ano, n.º 62
15/09/1921
Stuart Carvalhais

045.



2.º Ano, n.º 63
22/09/1921
Stuart Carvalhais

046.



2.º Ano, n.º 67
20/10/1921
Autor Desconhecido

047.



2.º Ano, n.º 68
27/10/1921
Atriz Lucília Simões

048.



2.º Ano, n.º 69
03/11/1921
Jorge Barradas

049.



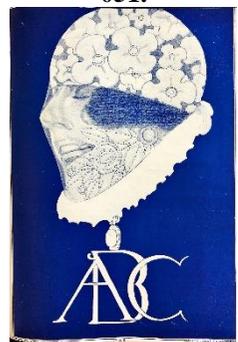
2.º Ano, n.º 70
10/11/1921
Jorge Barradas

050.



2.º Ano, n.º 72
24/11/1921
Autor Desconhecido

051.



2.º Ano, n.º 73
01/12/1921
Jorge Barradas

052.



2.º Ano, n.º 74
08/12/1921
Roberto Nobre

053.



2.º Ano, n.º 77
29/12/1921
Autor Desconhecido

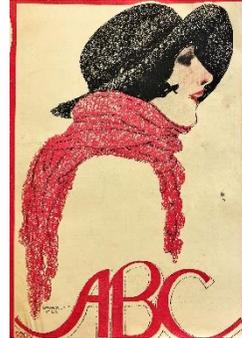
1922

054.



2.º Ano, n.º 79
12/01/1922
Autor Desconhecido

055.



2.º Ano, n.º 81
26/01/1922
Stuart Carvalhais

056.



2.º Ano, n.º 82
02/02/1922
Autor Desconhecido

057.



2.º Ano, n.º 83
09/02/1922
Autor Desconhecido

058.



2.º Ano, n.º 84
16/02/1922
Jorge Barradas

059.



2.º Ano, n.º 85
23/02/1922
Jorge Barradas

060.



2.º Ano, n.º 87
09/03/1922
Autor Desconhecido

061.



2.º Ano, n.º 88
16/03/1922
Madame Seabra Carvajal

062.



2.º Ano, n.º 89
23/03/1922
Stuart Carvalhais

063.



2.º Ano, n.º 90
30/03/1922
Jorge Barradas

064.



2.º Ano, n.º 92
13/04/1922
Jorge Barradas

065.



2.º Ano, n.º 93
20/04/1922
Mulher N/Identificada

066.



2.º Ano, n.º 94
27/04/1922
Jorge Barradas

067.



2.º Ano, n.º 96
11/05/1922
Emmerico Nunes

068.



2.º Ano, n.º 104
06/06/1922
Jorge Barradas

069.



2.º Ano, n.º 105
13/06/1922
Coupletista Even
Stachino

070.



3.º Ano, n.º 106
20/07/1922
Aviadora Tereza di Marzo

071.



3.º Ano, n.º 108
03/08/1922
Jorge Barradas

072.



3.º Ano, n.º 109
17/08/1922
Jorge Barradas

073.



3.º Ano, n.º 111
31/08/1922
Autor Desconhecido

074.



3.º Ano, n.º 112
07/09/1922
Jorge Barradas

075.



3.º Ano, n.º 113
14/09/1922
Jorge Barradas

076.



3.º Ano, n.º 114
22/09/1922
Jorge Barradas

077.



3.º Ano, n.º 119
26/10/1922
Mulher N/Identificada

078.



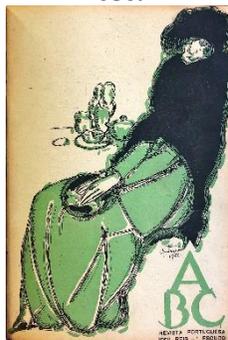
3.º Ano, n.º 121
09/11/1922
Mulher N/Identificada

079.



3.º Ano, n.º 124
30/11/1922
Jorge Barradas

080.



3.º Ano, n.º 125
07/12/1922
Jorge Barradas

081.



3.º Ano, n.º 128
28/12/1922
Jorge Barradas

1923

082.



3.º Ano, n.º 130
11/01/1923
Jorge Barradas

083.



3.º Ano, n.º 131
18/01/1923
Autor Desconhecido

084.



3.º Ano, n.º 132
25/01/1923
Jorge Barradas

085.



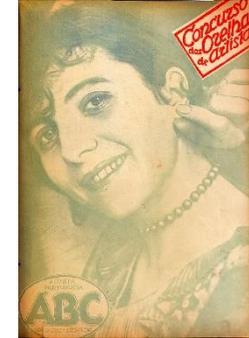
3.º Ano, n.º 134
08/02/1923
Emmerico Nunes

086.



3.º Ano, n.º 135
15/02/1923
Jorge Barradas

087.



3.º Ano, n.º 137
01/03/1923
Mulher N/Identificada

088.



3.º Ano, n.º 138
08/03/1923
Autor Desconhecido

089.



3.º Ano, n.º 139
15/03/1923
Emmerico Nunes

090.



3.º Ano, n.º 142
05/04/1923
Stuart Carvalhais

091.



3.º Ano, n.º 145
26/04/1923
Jorge Barradas

092.



3.º Ano, n.º 147
10/05/1923
Jorge Barradas

093.



3.º Ano, n.º 149
24/05/1923
Jorge Barradas

094.



3.º Ano, n.º 153
21/06/1923
Bailarina Lolita Asielfi

095.



3.º Ano, n.º 154
28/06/1923
Stuart Carvalhais

096.



3.º Ano, n.º 155
05/07/1923
Autor Desconhecido

097.



3.º Ano, n.º 156
12/07/1923
Mulher N/Identificada

098.



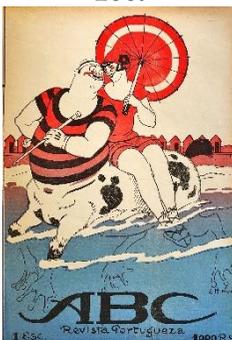
4.º Ano, n.º 158
26/07/1923
Mulher N/Identificada

099.



4.º Ano, n.º 159
02/08/1923
Atriz Elisa Santos

100.



4.º Ano, n.º 160
09/08/1923
Emmerico Nunes

101.



4.º Ano, n.º 161
16/08/1923
Mulher N/Identificada

102.



4.º Ano, n.º 162
23/08/1923
Emmerico Nunes

103.



4.º Ano, n.º 163
30/08/1923
Madame Cecília
Oliveira

104.



4.º Ano, n.º 164
06/09/1923
Emmerico Nunes

105.



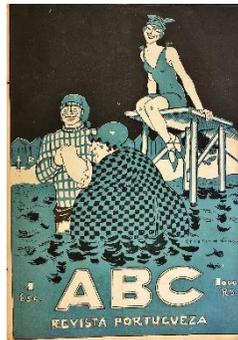
4.º Ano, n.º 166
20/09/1923
Emmerico Nunes

106.



4.º Ano, n.º 168
04/10/1923
Mulher(es) N/Identificada

107.



4.º Ano, n.º 169
11/10/1923
Emmerico Nunes

108.



4.º Ano, n.º 170
18/10/1923
Bailarina Preciosilla

109.



4.º Ano, n.º 171
25/10/1923
Atriz Luísa Satanela

110.



4.º Ano, n.º 172
01/11/1923
Emmerico Nunes

111.



4.º Ano, n.º 174
15/11/1923
Autor Desconhecido

112.



4.º Ano, n.º 177
06/12/1923 Madame
Assunta de Seabra

1924

113.



4.º Ano, n.º 181
03/01/1924
Autor Desconhecido

114.



4.º Ano, n.º 182
10/01/1924 Aviadora
Tereza di Marzo

115.



4.º Ano, n.º 183
17/01/1924
Emmerico Nunes

116.



4.º Ano, n.º 184
24/01/1924
Emmerico Nunes

117.



4.º Ano, n.º 185
31/01/1924
Emmerico Nunes

118.



4.º Ano, n.º 186
07/02/1924 Atriz Aura
Abranches

119.



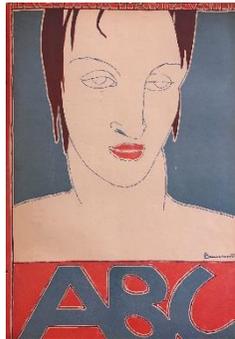
4.º Ano, n.º 187
14/02/1924
Emmerico Nunes

120.



4.º Ano, n.º 188
21/02/1924
Mulher N/Identificada

121.



4.º Ano, n.º 190
06/03/1924
Autor Desconhecido

122.



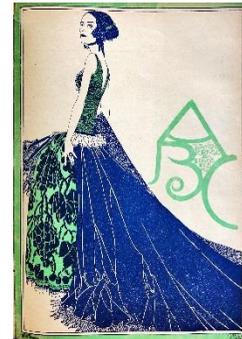
4.º Ano, n.º 194
03/04/1924
Jorge Barradas

123.



4.º Ano, n.º 195
10/04/1924
Atriz Raquel Barros

124.



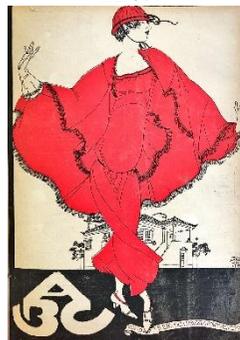
4.º Ano, n.º 197
24/04/1924
Jorge Barradas

125.



4.º Ano, n.º 198
01/05/1924
Bailarina Cristina
Penedo

126.



4.º Ano, n.º 199
08/05/1924
Jorge Barradas

127.



4.º Ano, n.º 200
15/05/1924
Tiple Rosita Rodrigo

128.



4.º Ano, n.º 201
22/05/1924
Tiple Pilar Marti

129.



4.º Ano, n.º 202
29/05/1924
Jorge Barradas

130.



4.º Ano, n.º 203
05/06/1924
Jorge Barradas

131.



4.º Ano, n.º 204
12/06/1924
Jorge Barradas

132.



4.º Ano, n.º 207
03/07/1924
Jorge Barradas

133.



4.º Ano, n.º 208
10/07/1924
Mulher N/Identificada

134.



5.º Ano, n.º 210
24/07/1924
Atriz Lima Demoel

135.



5.º Ano, n.º 212
07/08/1924
Mulher N/Identificada

136.



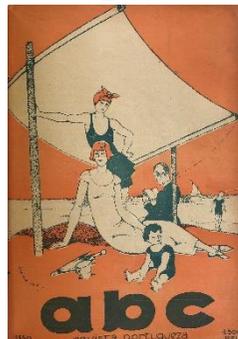
5.º Ano, n.º 213
14/08/1924
Jorge Barradas

137.



5.º Ano, n.º 214
21/08/1924
Jorge Barradas

138.



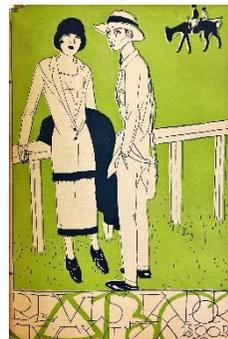
5.º Ano, n.º 216
04/09/1924
Emmerico Nunes

139.



5.º Ano, n.º 217
11/09/1924
Jorge Barradas

140.



5.º Ano, n.º 222
16/10/1924
Jorge Barradas

141.



5.º Ano, n.º 225
06/11/1924
Tiple Lea Cabrini

142.



5.º Ano, n.º 226
13/11/1924
Bailarina Melle Feline
Verbist

1925

143.



5.º Ano, n.º 233
01/01/1925
Jorge Barradas

144.



5.º Ano, n.º 234
08/01/1925
Jorge Barradas

145.



5.º Ano, n.º 235
15/01/1925
Jorge Barradas

146.



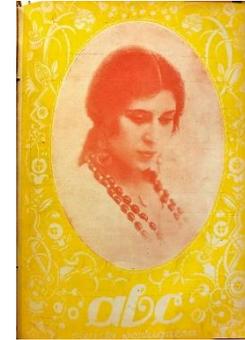
5.º Ano, n.º 236
22/01/1925
Mulher N/Identificada

147.



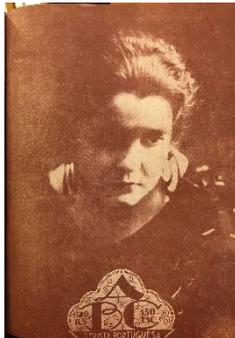
5.º Ano, n.º 238
05/02/1925
Jorge Barradas

148.



5.º Ano, n.º 239
12/02/1925
Mulher N/Identificada

149.



5.º Ano, n.º 242
05/03/1925 Atriz
Cremilda de Oliveir

150.



5.º Ano, n.º 244
19/03/1925
Mulher N/Identificada

151.



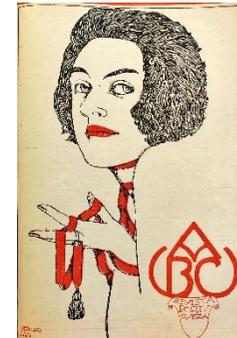
5.º Ano, n.º 245
26/03/1925
Emmerico Nunes

152.



5.º Ano, n.º 248
16/04/1925
Else Althausse

153.



5.º Ano, n.º 249
23/04/1925
Jorge Barradas

154.



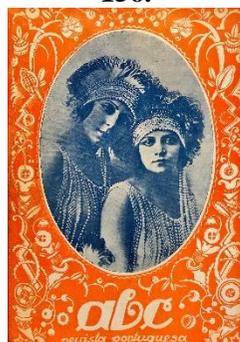
5.º Ano, n.º 250
30/04/1925
Divette Ivone Vallée

155.



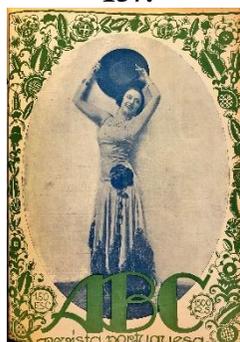
5.º Ano, n.º 252
14/05/1925
Autor Desconhecido

156.



5.º Ano, n.º 253
21/05/1925
Bailarinas Vitoria e
Laura Pinilos

157.



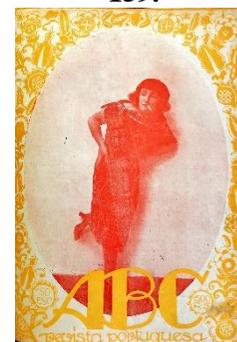
5.º Ano, n.º 254
28/05/1925
Mulher N/Identificada

158.



5.º Ano, n.º 257
18/06/1925
Melle Rose Amy

159.



5.º Ano, n.º 258
25/06/1925
Coupletista Amália de
Isaura

160.



5.º Ano, n.º 259
02/07/1925
Autor Desconhecido

161.



5.º Ano, n.º 260
09/07/1925
Divetter Laura Costa

162.



6.º Ano, n.º 262
23/07/1925
Jorge Barradas

163.



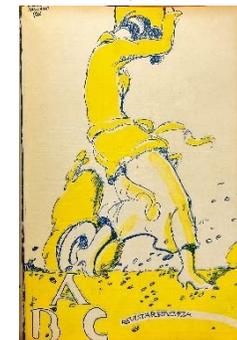
6.º Ano, n.º 263
30/07/1925
Mulher N/Identificada

164.



6.º Ano, n.º 264
06/08/1925 Divette
Mariz Lourdes Cabral

165.



6.º Ano, n.º 265
13/08/1925
Jorge Barradas

166.



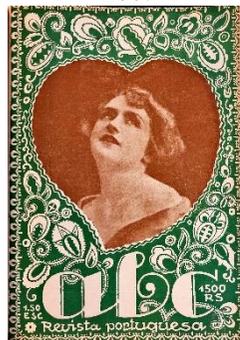
6.º Ano, n.º 266
20/08/1925
Mulher N/Identificada

167.



6.º Ano, n.º 267
27/08/1925
Mulher N/Identificada

168.



6.º Ano, n.º 268
03/09/1925
Mulher N/Identificada

169.



6.º Ano, n.º 269
10/09/1925
Belmonte

170.



6.º Ano, n.º 271
24/09/1925
Divette Maria Lourdes
Cabral

171.



6.º Ano, n.º 272
01/10/1925
Mulher N/Identificada

172.



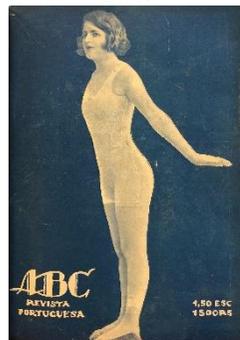
6.º Ano, n.º 273
08/10/1925
Mulher N/Identificada

173.



6.º Ano, n.º 274
15/10/1925
Atriz Carminda Pereira

174.



6.º Ano, n.º 275
22/10/1925 "Venus
Modern

175.



6.º Ano, n.º 277
05/11/1925
Autor Desconhecido

176.



6.º Ano, n.º 280
26/11/1925
Autor Desconhecido

177.



6.º Ano, n.º 284
24/12/1925 Alexadra
Kollonta

1926

178.



6.º Ano, n.º 295
11/03/1926
Roberto Nobre

179.



6.º Ano, n.º 297
25/03/1926
Autor Desconhecido

180.



6.º Ano, n.º 300
15/04/1926
Autor Desconhecido

181.



6.º Ano, n.º 301
22/04/1926
Atriz Maria Alves

182.



6.º Ano, n.º 303
06/05/1926
Jorge Barradas

183.



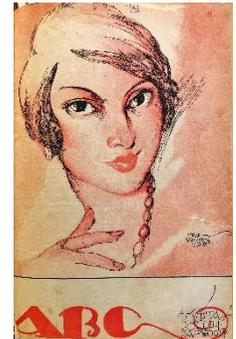
6.º Ano, n.º 305
20/05/1926
Atriz Beatriz Belmar

184.



6.º Ano, n.º 310
24/06/1926
Jorge Barradas

185.



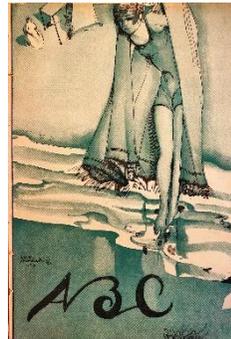
6.º Ano, n.º 311
01/07/1926
Jorge Barradas

186.



7.º Ano, n.º 314
22/07/1926
Jorge Barradas

187.



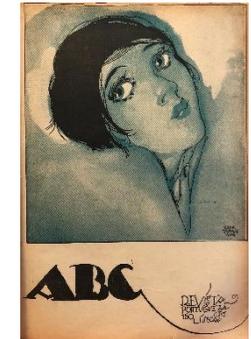
7.º Ano, n.º 315
29/07/1926
Jorge Barradas

188.



7.º Ano, n.º 316
05/08/1926
Emmerico Nunes

189.



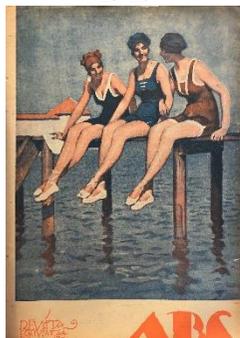
7.º Ano, n.º 318
19/08/1926
Jorge Barradas

190.



7.º Ano, n.º 320
02/09/1926
Poetisa Oliva Guerra

191.



7.º Ano, n.º 321
09/09/1926
Autor Desconhecido

192.



7.º Ano, n.º 323
23/09/1926
Jorge Barradas

193.



7.º Ano, n.º 325
07/10/1926
Jorge Barradas

194.



7.º Ano, n.º 333
02/12/1926
Emmerico Nunes

195.



7.º Ano, n.º 334
09/12/1926
Jorge Barradas

196.



7.º Ano, n.º 336
23/12/1926
Mulher N/Identificada

197.



7.º Ano, n.º 337
30/12/1926
Emmerico Nunes

1927

198.



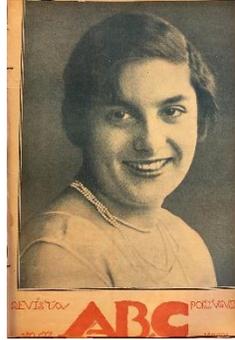
7.º Ano, n.º 339
13/01/1927 Atriz
Francisca Vera Sergine

199.



7.º Ano, n.º 340
20/01/1927
Atriz Ludmilla Pitoff

200.



7.º Ano, n.º 341
27/01/1927
Mulher N/Identificada

201.



7.º Ano, n.º 342
03/02/1927
Emmerico Nunes

202.



7.º Ano, n.º 346
03/03/1927
Jorge Barradas

203.



7.º Ano, n.º 347
10/03/1927
Jorge Barradas

204.



7.º Ano, n.º 348
17/03/1927
Jorge Barradas

205.



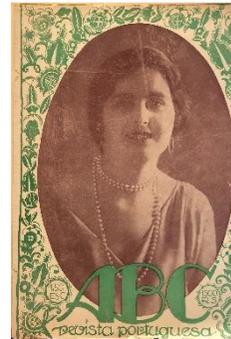
7.º Ano, n.º 350
31/03/1927
Jorge Barradas

206.



7.º Ano, n.º 351
07/04/1927
D.Margarida Bastos

207.



7.º Ano, n.º 352
14/04/1927
D.Virginia Lima

208.



7.º Ano, n.º 353
21/04/1927
Jorge Barradas

209.



7.º Ano, n.º 354
28/04/1927
Jorge Barradas

210.



7.º Ano, n.º 355
05/05/1927
Jorge Barradas

211.



7.º Ano, n.º 356
12/05/1927
Jorge Barradas

212.



7.º Ano, n.º 357
19/05/1927
Jorge Barradas

213.



7.º Ano, n.º 358
26/05/1927
Jorge Barradas

214.



7.º Ano, n.º 359
02/06/1927
Jorge Barradas

215.



7.º Ano, n.º 360
09/06/1927
Jorge Barradas

216.



7.º Ano, n.º 361
16/06/1927
Jorge Barradas

217.



7.º Ano, n.º 362
23/06/1927
Jorge Barradas

218.



7.º Ano, n.º 363
30/06/1927
Jorge Barradas

219.



7.º Ano, n.º 364
07/07/1927
Jorge Barradas

220.



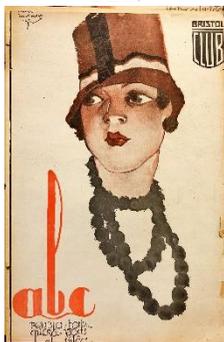
7.º Ano, n.º 365
14/07/1927
Jorge Barradas

221.



8.º Ano, n.º 366
21/07/1927
Jorge Barradas

222.



8.º Ano, n.º 367
28/07/1927
Jorge Barradas

223.



8.º Ano, n.º 368
04/08/1927
Jorge Barradas

224.



8.º Ano, n.º 369
11/08/1927
Jorge Barradas

225.



8.º Ano, n.º 370
18/08/1927
Jorge Barradas

226.



8.º Ano, n.º 371
25/08/1927
Jorge Barradas

227.



8.º Ano, n.º 372
01/09/1927
Jorge Barradas

228.



8.º Ano, n.º 373
08/09/1927
Jorge Barradas

229.



8.º Ano, n.º 375
15/09/1927
Jorge Barradas

230.



8.º Ano, n.º 376
29/09/1927
Jorge Barradas

231.



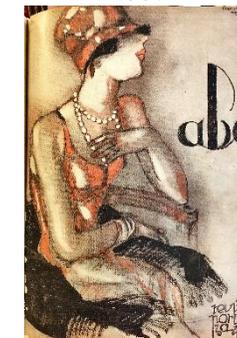
8.º Ano, n.º 377
06/10/1927
Jorge Barradas

232.



8.º Ano, n.º 380
13/10/1927
Jorge Barradas

233.



8.º Ano, n.º 381
03/11/1927
Jorge Barradas

234.



8.º Ano, n.º 382
10/11/1927
Jorge Barradas

235.



8.º Ano, n.º 383
17/11/1927
Jorge Barradas

236.



8.º Ano, n.º 384
24/11/1927
Jorge Barradas

237.



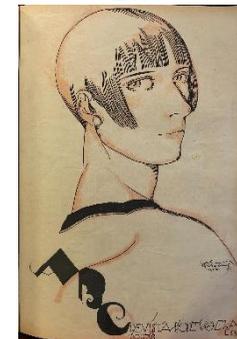
8.º Ano, n.º 385
01/12/1927 Atriz Maria
Alves

238.



8.º Ano, n.º 386
08/12/1927 Else
Althausse

239.



8.º Ano, n.º 387
15/12/1927
Jorge Barradas

240.



8.º Ano, n.º 388
22/12/1927
Jorge Barradas

241.



8.º Ano, n.º 389
29/12/1927
Jorge Barradas

ANEXOS TABELAS DE ANÁLISE

ANEXO B.1. – TABELA FIGURA DA MULHER NA COMPOSIÇÃO

Tabela de análise útil para o subcapítulo 7.1. “Posar para a tela, posar para a objetiva: mulheres ilustradas e mulheres fotografadas”.

Ano	Ref.	Nº	Figura da mulher na composição																
			Tipo			Rosto						Retrato			Corpo		Dinamismo da pose		
			Ilustração	Fotografia	Foto c/ Ilustração	Intenção da fig.		Expressão facial		Olhar			Contacto Visual	Pernas	Decote	Magreza	Pose intencional	Pose desprevenida	Pose do ombro
						Tentação	S/tentação	Séria	A Sorrir	Abertos	Olhos Fechados	S/olhos							
1920	1	nº1	X			X		X			X						X		
	2	nº2			X	X		X	X		X						X		
	3	nº3	X			X		X	X								X		
	4	nº4	X			X			X		X			X	X		X		
	5	nº7	X			X		X			X		X				X		
	6	nº8	X			X		X		X					X			X	
	7	nº9	X			X		X		X								X	
	8	nº10	X			X		X		X			X		X	X		X	
	9	nº11	X			X		X				X		X	X			X	
	10	nº14	X			X		X	X				X				X		
	11	nº15	X			X		X				X					X		
	12	nº16	X			X		X		X							X		X
	13	nº17	X			X		X	X				X				X		X
	14	nº18	X			X		X	X				X				X		
	15	nº19	X			X		X	X				X				X		X
	16	nº20	X			X		X				X		X				X	
	17	nº21	X			X		X	X				X				X		
	18	nº23	X			X		X		X			X					X	
	19	nº24	X			X			X				X				X		
	20	nº26	X			X		X				X		X	X			X	
21	nº28	X			X		X	X				X		X	X		X		
22	nº29	X			X		X	X				X				X		X	
23	nº30	X			X		X	X				X		X		X		X	
24	nº31	X			X		X	X				X		X		X			
25	nº34	X			X		X				X		X		X		X		
26	nº35	X			X		X				X		X			X			
27	nº36	X			X		X				X		X			X			
28	nº40	X			X		X	X				X		X		X			
29	nº41	X			X		X	X				X		X		X			
30	nº42	X			X		X	X				X				X			
31	nº44	X			X		X	X				X		X		X		X	
32	nº45	X			X		X					X		X		X			
33	nº47	X			X		X	X				X				X			
34	nº49	X			X		X	X			X		X		X		X		
35	nº50	X			X		X	X				X				X			
36	nº51		X		X		X	X				X				X			
37	nº53	X			X		X	X				X		X		X			
38	nº55	X			X		X	X				X		X		X			
39	nº57		X		X		X	X				X				X			
40	nº58	X			X		X	X		X		X		X		X		X	
41	nº59	X			X		X	X				X		X	X	X		X	
42	nº60	X			X		X	X				X				X			
43	nº61	X			X		X	X				X				X			
44	nº62	X			X		X			X						X			
45	nº63	X			X		X			X				X	X		X		
46	nº67	X			X		X	X		X						X		X	
47	nº68		X		X		X	X				X				X			
48	nº69	X			X		X	X		X						X			
49	nº70	X			X		X	X				X				X			
50	nº72	X			X		X	X				X				X			
51	nº73	X			X		X	X		X						X			
52	nº74	X			X		X	X				X				X			
53	nº77	X			X		X	X				X		X		X			
54	nº79	X			X		X			X						X			
55	nº81	X			X		X	X				X				X			
56	nº82	X			X		X	X				X				X			
57	nº83	X			X		X			X						X			
58	nº84	X			X		X	X				X				X			
59	nº85	X			X		X	X				X				X		X	
60	nº87	X			X		X	X				X		X	X	X			
61	nº88		X		X		X	X				X				X			
62	nº89	X			X		X			X						X			
63	nº90	X			X		X	X		X						X		X	
64	nº92	X			X		X	X				X				X			
65	nº93		X		X		X	X						X		X			
66	nº94	X			X		X	X				X				X			
67	nº96	X			X		X	X				X				X			
68	nº104	X			X		X					X		X		X			
69	nº105		X		X		X	X				X				X			
70	nº106		X		X		X	X				X				X			
71	nº108	X			X		X					X				X			
72	nº109	X			X		X	X				X				X			
73	nº111	X			X		X	X				X		X		X		X	
74	nº112	X			X		X	X				X				X			
75	nº113	X			X		X	X				X				X		X	
76	nº114	X			X		X			X				X		X			
77	nº119		X		X		X	X				X		X		X			
78	nº121		X		X		X	X				X				X			
79	nº124	X			X		X	X				X				X			
80	nº125	X			X		X	X				X				X			
81	nº128	X			X		X	X				X				X		X	

1923	82	nº130	X			X		X	X			X			X			
	83	nº131	X			X	X	X		X		X			X		X	
	84	nº132	X			X		X	X			X			X		X	
	85	nº134	X			X		X	X			X			X		X	
	86	nº135	X				X	X	X		X			X	X			
	87	nº137		X			X	X	X			X			X			
	88	nº138	X				X	X	X			X			X		X	
	89	nº139	X				X	X	X			X			X		X	
	90	nº142	X				X		X	X					X		X	
	91	nº145	X			X		X	X			X			X			X
	92	nº147	X				X	X	X			X			X		X	
	93	nº149	X				X		X	X	X				X		X	
	94	nº153		X			X		X	X					X		X	
	95	nº154	X				X	X			X			X	X		X	
	96	nº155	X				X				X			X	X		X	
	97	nº156		X			X		X	X		X			X			
	98	nº158		X			X		X	X			X		X			
	99	nº159		X			X		X	X			X		X			
	100	nº160	X				X		X	X	X			X			X	
	101	nº161		X			X	X	X	X					X		X	X
	102	nº162	X				X		X	X	X				X		X	
	103	nº163	X				X		X	X		X			X			
	104	nº164	X				X		X	X			X		X		X	
	105	nº166	X				X		X	X		X			X			X
	106	nº168			X		X	X	X	X			X	X	X	X	X	
	107	nº169	X				X		X	X	X			X	X		X	
	108	nº170		X			X		X	X		X			X			
	109	nº171		X			X		X	X		X			X			
	110	nº172	X				X	X	X	X				X		X		
	111	nº174	X				X		X	X		X			X			X
	112	nº177		X			X	X	X	X		X			X			X
	113	nº181	X				X		X	X			X			X		
	114	nº182		X			X	X	X	X					X		X	
	115	nº183	X				X		X	X		X			X			
	116	nº184	X				X		X	X				X		X		
	117	nº185	X				X		X	X	X				X		X	
	118	nº186		X			X		X	X		X			X			
	119	nº187	X				X	X	X	X		X			X			
	120	nº188		X			X	X	X	X			X		X		X	
	121	nº190	X				X		X	X			X		X		X	
	122	nº194	X				X		X	X	X			X	X		X	
	123	nº195		X			X		X	X		X			X			
	124	nº197	X				X		X	X		X			X		X	
	125	nº198		X			X		X	X				X	X		X	
	126	nº199	X				X	X	X	X	X			X	X		X	
	127	nº200		X			X		X	X		X			X			
	128	nº201		X			X		X	X		X			X			
	129	nº202	X				X	X	X	X	X			X	X		X	
	130	nº203	X				X		X	X		X			X			
	131	nº204	X				X		X	X	X			X	X		X	
	132	nº207	X				X		X	X		X			X			X
	133	nº208		X			X		X	X		X			X			
	134	nº210		X			X		X	X		X			X			
	135	nº212		X			X		X	X			X			X		
	136	nº213	X				X	X	X	X			X			X		
	137	nº214	X				X	X	X	X			X			X		X
	138	nº216	X				X	X	X	X	X			X	X		X	
	139	nº217	X				X		X	X	X			X	X		X	
	140	nº222	X				X		X	X		X			X		X	
	141	nº225		X			X		X	X			X			X		
	142	nº226		X			X		X	X			X			X		
	143	nº233	X				X		X	X		X			X			
	144	nº234	X				X		X	X	X				X		X	
	145	nº235	X				X		X	X		X			X			
	146	nº236		X			X		X	X			X			X		
	147	nº238	X				X		X	X	X			X	X		X	
	148	nº239			X		X	1	X	X	X			X	X		X	
	149	nº242		X			X	X	X	X			X			X		
	150	nº244		X			X	X	X	X		X			X		X	
	151	nº245	X				X		X	X	X			X		X		
	152	nº248	X				X	X	X	X			X		X		X	
	153	nº249	X				X		X	X			X		X		X	
	154	nº250			X		X		X	X		X			X			
	155	nº252	X				X		X	X		X			X	X		
	156	nº253			X		X		X	X		X			X			
	157	nº254			X		X		X	X			X		X		X	
	158	nº257		X			X		X	X		X			X			
	159	nº258			X		X		X	X			X			X		
	160	nº259	X				X		X	X	X				X		X	X
	161	nº260		X			X		X	X		X			X			X
	162	nº262	X				X		X	X		X			X		X	
	163	nº263		X			X		X	X	X			X	X		X	
	164	nº264		X			X		X	X			X			X		
	165	nº265	X				X		X	X		X			X		X	
	166	nº266		X			X		X	X			X		X		X	
	167	nº267			X		X	X	X	X		X			X		X	
	168	nº268			X		X	X	X	X		X			X		X	
	169	nº269	X				X	X	X	X		X	X	X		X		
	170	nº271			X		X	X	X	X	X				X		X	
	171	nº272			X		X		X	X		X			X		X	
	172	nº273			X		X	X	X	X	X				X		X	
	173	nº274		X			X		X	X		X			X		X	
	174	nº275			X	X	X		X	X		X	X	X	X		X	
	175	nº277	X				X	X	X	X		X			X		X	
	176	nº280	X				X	X	X	X		X			X		X	
	177	nº284			X		X	X	X	X		X			X			

1926	178	n°295	X			X		X		X			X			X			X
	179	n°297	X			X		X		X			X		X				X
	180	n°300	X			X		X		X			X		X				X
	181	n°301		X			X		X				X						X
	182	n°303	X			X		X		X			X						X
	183	n°305			X		X		X				X						X
	184	n°310	X				X		X				X		X				X
	185	n°311	X				X		X				X						X
	186	n°314	X				X		X				X						X
	187	n°315	X				X		X				X						X
	188	n°316	X				X		X		X			X					X
	189	n°318	X				X		X		X			X					X
	190	n°320		X				X		X				X					X
	191	n°321	X				X		X		X			X		X			X
	192	n°323	X				X		X		X			X		X			X
	193	n°325	X				X		X		X			X		X			X
	194	n°323	X				X		X		X			X		X			X
	195	n°334	X				X		X		X			X		X			X
	196	n°336		X				X		X				X		X			X
197	n°337	X					X		X				X		X			X	
198	n°339			X			X		X				X		X			X	
199	n°340		X				X		X				X		X			X	
200	n°341		X				X		X				X		X			X	
201	n°342	X				X		X		X			X		X			X	
202	n°346	X				X		X		X			X		X			X	
203	n°347	X				X		X		X			X		X			X	
204	n°348	X				X		X		X			X		X			X	
205	n°350	X				X		X		X			X		X			X	
206	n°351			X			X		X				X		X			X	
207	n°352			X			X		X				X		X			X	
208	n°353	X				X		X		X			X		X			X	
209	n°354	X				X		X		X			X		X			X	
210	n°355	X				X		X		X			X		X			X	
211	n°356	X				X		X		X			X		X			X	
212	n°357	X				X		X		X			X		X			X	
213	n°358	X				X		X		X			X		X			X	
214	n°359	X				X		X		X			X		X			X	
215	n°360	X				X		X		X			X		X			X	
216	n°361	X				X		X		X			X		X			X	
217	n°362	X				X		X		X			X		X			X	
218	n°363	X				X		X		X			X		X			X	
219	n°364	X				X		X		X			X		X			X	
220	n°365	X				X		X		X			X		X			X	
221	n°366	X				X		X		X			X		X			X	
222	n°367	X				X		X		X			X		X			X	
223	n°368	X				X		X		X			X		X			X	
224	n°369	X				X		X		X			X		X			X	
225	n°370	X				X		X		X			X		X			X	
226	n°371	X				X		X		X			X		X			X	
227	n°372	X				X		X		X			X		X			X	
228	n°373	X				X		X		X			X		X			X	
229	n°375	X				X		X		X			X		X			X	
230	n°376	X				X		X		X			X		X			X	
231	n°377	X				X		X		X			X		X			X	
232	n°380	X				X		X		X			X		X			X	
233	n°381	X				X		X		X			X		X			X	
234	n°382	X				X		X		X			X		X			X	
235	n°383	X				X		X		X			X		X			X	
236	n°384	X				X		X		X			X		X			X	
237	n°385			X			X		X				X		X			X	
238	n°386	X				X		X		X			X		X			X	
239	n°387	X				X		X		X			X		X			X	
240	n°388	X				X		X		X			X		X			X	
241	n°389	X				X		X		X			X		X			X	

ANEXO B.2. TABELA – APARÊNCIA DA “MULHER MODERNA” - CORPO

Tabela de análise útil para o subcapítulo 7.2. “ “Modas do ABC”: o êxito das pernas, das pérolas e das peles” ”; 7.3. “Agenda cheia – as atividades modernas das mulheres””.

Ano	Ref.	Nº	Aparência da mulher moderna - Corpo																		
			Cabelo			Chapéu							Vestuário								
			Curto Bob	Comprido	Brilantina	Cloche	Turbante	Boina	Chapéu de Balde	Fedora de aba larga	Gorros	Toca de água	Silhueta Tubular	Traje de cena	Robe de style	Insp. clássico-oriental	Vestido comprido	Casacos		Desporto	
1920	1	nº1																			
	2	nº2																			
	3	nº3		X																	
	4	nº4	X																		
	5	nº7	X																		
	6	nº8		X																	
	7	nº9	X																		
	8	nº10	X																		
	9	nº11		X																	
	10	nº14	X																		
	11	nº15	X																		
	12	nº16		X																	
	13	nº17	X																		
	14	nº18	X																		
	15	nº19	X																		
	16	nº20	X																		
	17	nº21	X																		
	18	nº23	X																		
	19	nº24	X																		
	20	nº26	X																		
	21	nº28	X																		
	22	nº29	X																		
	23	nº30		X																	
	24	nº31	X																		
25	nº34	X																			
26	nº35		X																		
27	nº36																				
28	nº40	X																			
29	nº41	X																			
30	nº42	X																			
31	nº44	X																			
32	nº45	X																			
33	nº47	X																			
34	nº49	X																			
35	nº50		X																		
36	nº51	X																			
37	nº53																				
38	nº55	X																			
39	nº57	X																			
40	nº58	X																			
41	nº59		X																		
42	nº60	X																			
43	nº61	X																			
44	nº62	X																			
45	nº63	X																			
46	nº67	X																			
47	nº68	X																			
48	nº69		X																		
49	nº70	X																			
50	nº72		X																		
51	nº73	X																			
52	nº74	X																			
53	nº77	X																			
54	nº79	X																			
55	nº81	X																			
56	nº82	X																			
57	nº83	X																			
58	nº84	X																			
59	nº85	X																			
60	nº87	X																			
61	nº88	X																			
62	nº89	X																			
63	nº90	X																			
64	nº92																				
65	nº93	X																			
66	nº94	X																			
67	nº96	X																			
68	nº104																				
69	nº105	X																			
70	nº106	X																			
71	nº108		X																		
72	nº109	X																			
73	nº111	X																			
74	nº112		X																		
75	nº113	X																			
76	nº114	X																			
77	nº119	X																			
78	nº121	X																			
79	nº124	X																			
80	nº125	X																			
81	nº128	X																			

ANEXO B.3. TABELA – APARÊNCIA DA “MULHER MODERNA” – DETALHE

Tabela de análise útil para o subcapítulo 7.2. “ “Modas do ABC”: o êxito das pernas, das pérolas e das peles” ”.

Ano	Ref.	Nº	Aparência da mulher - detalhe																			
			Maquiagem						Acessórios												Sapatos	
			Olhos		Sombrancelhas finas	Lábios		Rosto	Lenços		Peça de cabeça deco.	Colares		Jóias		Leques	Cachecol	Manicure	Saltos altos	Rasos	Descalça	
Sombra/Khol	Pestanas compridas	Pintados	Cupid's bow	Corado		Cabeça	Corpo	Pérolas	Outros	Pulseiras		Brincos	Anéis									
1920	1	nº1				X								X								
	2	nº2																				
	3	nº3	X			X		X		X												
	4	nº4	X		X	X		X		X			X		X	X						
	5	nº7				X																
	6	nº8				X		X					X		X	X						
	7	nº9	X			X		X														
	8	nº10				X							X									
	9	nº11				X																
	10	nº14	X													X						
	11	nº15				X							X		X							
	12	nº16	X		X	X								X			X					
	13	nº17														X						
	14	nº18			X	X				X												
	15	nº19			X	X								X								
	16	nº20	X			X										X						
	17	nº21										X			X		X					
	18	nº23				X			X		X		X		X		X					
	19	nº24	X		X	X	X			X	X				X		X					
	20	nº26								X	X				X		X					
21	nº28	X					X					X		X		X		X				
22	nº29				X																	
23	nº30	X		X	X	X			X													
24	nº31				X		X					X	X	X		X		X				
25	nº34				X								X			X						
26	nº35	X	X	X	X	X	X		X				X									
27	nº36														X		X					
28	nº40				X								X									
29	nº41	X		X	X	X					X											
30	nº42	X		X	X		X															
31	nº44				X																	
32	nº45				X													X				
33	nº47				X		X															
34	nº49	X			X		X					X										
35	nº50				X				X													
36	nº51								X													
37	nº53				X	X			X													
38	nº55				X		X															
39	nº57	X			X	X		X			X											
40	nº58	X	X	X	X	X					X		X			X						
41	nº59			X	X							X										
42	nº60				X		X															
43	nº61				X																	
44	nº62	X			X	X	X															
45	nº63				X		X															
46	nº67				X					X												
47	nº68							X	X		X											
48	nº69			X	X				X	X				X								
49	nº70			X	X									X		X						
50	nº72	X	X	X	X	X	X						X			X						
51	nº73							X				X		X								
52	nº74	X			X	X	X															
53	nº77	X			X	X	X						X									
54	nº79				X		X								X							
55	nº81	X			X										X							
56	nº82				X		X								X							
57	nº83				X																	
58	nº84	X			X										X							
59	nº85				X																	
60	nº87	X	X	X	X	X	X															
61	nº88				X																	
62	nº89	X		X	X	X	X						X			X						
63	nº90				X																	
64	nº92				X																	
65	nº93				X					X												
66	nº94	X			X				X													
67	nº96				X	X																
68	nº104																					
69	nº105			X	X						X											
70	nº106																					
71	nº108				X																	
72	nº109				X		X															
73	nº111	X		X	X		X						X									
74	nº112	X			X		X															
75	nº113				X																	
76	nº114																					
77	nº119				X					X												
78	nº121	X																				
79	nº124			X	X		X															
80	nº125							X														
81	nº128				X																	

ANEXO C. TABELA DE CAPAS EXCLUÍDAS E CRITÉRIOS DE EXCLUSÃO

Tabela de análise útil para o subcapítulo 5.3.2. “Critérios de Exclusão”

Tabela das Capas Excluídas											
Ano	Info. Publicação	Data	Autor da Ilustração	Mulher na Foto.	Tipo	Motivivo de Exclusão					
						Religião	Rural/bucólico	Estrangeirismo	Pré-modernismo	Criança	Tema não aplicável
1920	1º Ano, nº6	19/08/1920	N/ID		Ilustração				X		
	1º Ano, nº13	07/10/1920	Morais		Ilustração		X				
1921	1º Ano, nº46	26/05/1921	N/ID		Ilustração		X				
	2º Ano, nº52	07/07/1921	Stuart Carvalhais		Ilustração					X	
	2º Ano, nº64	29/09/1921	N/ID		Ilustração		X				
	2º Ano, nº76	22/12/1921	N/ID		Ilustração	X					
1922	2º Ano, nº80	19/01/1922	Emmerico Nunes		Ilustração						X
	2º Ano, nº86	02/03/1922	N/ID		Ilustração		X				
	3º Ano, nº116	05/10/1922	N/ID		Ilustração				X		
1923	3º Ano, nº136	22/02/1923	Emmerico Nunes		Ilustração			X			
	3º Ano, nº140	22/03/1923		M. Maria Raquel Leitão	Fotografia				X		
	3º Ano, nº 141	29/03/1923	Pintura de Hans Holbein		Ilustração	X					
	3º Ano, nº 146	03/05/1923	Jorge Barradas		Ilustração		X				
	3º Ano, nº148	17/05/1923	Jorge Barradas		Ilustração		X				
	4º Ano, nº173	08/11/1923	Jorge Barradas		Ilustração				X		
	4º Ano, nº176	29/11/1923	Emmerico Nunes		Ilustração			X			
	4º Ano, nº179	20/12/1923	Pintura de Sandro Boticelli		Ilustração	X					
	4º Ano, nº180	27/12/1923	N/ID		Ilustração			X			
	4º Ano, nº189	28/02/1924	Emmerico Nunes		Ilustração						X
1924	4º Ano, nº191	13/03/1924	Domingos Rebelo		Ilustração				X		
	4º Ano, nº193	27/03/1924	Domingos Rebelo		Ilustração				X		
	4º Ano, nº196	17/04/1924	Pintura de Sandro Boticelli		Ilustração	X					
	5º Ano, nº219	25/09/1924	Jorge Barradas		Ilustração		X				
	5º Ano, nº221	09/10/1924	Jorge Barradas		Ilustração		X				
	5º Ano, nº224	30/10/1924	Jorge Barradas		Ilustração				X		
	5º Ano, nº227	20/11/1924	Else Althausse		Ilustração		X				
	5º Ano, nº230	11/12/1924	Jorge Barradas		Ilustração		X				
	5º Ano, nº240	19/02/1925	N/ID		Ilustração				X		
1925	5º Ano, nº241	26/02/1925	Jorge Barradas		Ilustração		X				
	5º Ano, nº246	02/04/1925	Jorge Barradas		Ilustração		X				
	5º Ano, nº255	04/06/1925	Roberto Nobre		Ilustração		X				
	6º Ano, nº270	17/09/1925	Jorge Barradas		Ilustração		X				
1926	6º Ano, nº296	18/03/1926		N/ID	Fotografia				X		
	6º Ano, nº302	29/04/1926	Else Althausse		Ilustração					X	
	6º Ano, nº308	10/07/1926	N/ID		Ilustração		X				
	7º Ano, nº313	15/07/1926	Jorge Barradas		Ilustração		X				
	7º Ano, nº317	12/08/1926	Emmerico Nunes		Ilustração				X		
	7º Ano, nº328	28/10/1926	Jorge Barradas		Ilustração		X				
1927	7º Ano, nº338	06/01/1927	Jorge Barradas		Ilustração				X		
	7º Ano, nº349	24/03/1927	Jorge Barradas		Ilustração					X	

ANEXO D. – TABELA DAS CAPAS COM FOTOGRAFIA

Tabela de análise útil para o subcapítulo 7.1. “Posar para a tela, posar para a objetiva: mulheres ilustradas e mulheres fotografadas”; 7.3. “Agenda cheia – as atividades modernas das mulheres”.

Mulheres das Capas Fotográficas																
Ref.	Info. da Publicação	Data	Identidade da Mulher na Fotografia	Profissão												
				Atriz	Coupletista	Bailarina	Divette	Tiple	Espectáculo	Concorrente concurso de beleza	M. N/ID, com elementos de espetáculo	Estatuto social	Desporto	Literatura	Política	
												Mademoiselle	Madame	Aviadora	Poetisa	Embaixadora
2	1º Ano, nº2	22/07/1920	Mulher N/Identificada													
36	2º Ano, nº51	30/06/1921	Virgínia Victoriano												X	
39	2º Ano, nº57	11/08/1921	Mina Cantilo									X				
47	2º Ano, nº68	27/10/1921	Lucília Simões	X												
61	2º Ano, nº88	16/03/1922	Seabra Carvajal										X			
65	2º Ano, nº93	20/04/1922	Mulher N/Identificada							X						
69	2º Ano, nº105	13/06/1922	Even Stachino		X											
70	3º Ano, nº106	20/07/1922	Tereza do Marzo											X		
77	3º Ano, nº119	26/10/1922	Mulher N/Identificada													
78	3º Ano, nº121	09/11/1922	Mulher N/Identificada													
87	3º Ano, nº137	01/03/1923	Mulher N/Identificada													
94	3º Ano, nº153	21/06/1923	Lolita Asielfi			X										
97	3º Ano, nº156	12/07/1923	Mulher N/Identificada													
98	4º Ano, nº158	26/07/1923	Mulher N/Identificada													
99	4º Ano, nº159	02/08/1923	Elisa Santos	X												
101	4º Ano, nº161	16/08/1923	Mulher N/Identificada													
106	4º Ano, nº168	04/10/1923	Mulher N/Identificada													
108	4º Ano, nº170	18/10/1923	Preciosilla			X										
109	4º Ano, nº171	25/10/1923	Luísa Satanela	X												
112	4º Ano, nº177	06/12/1923	Assunta de Seabra										X			
114	4º Ano, nº182	10/01/1924	Tereza de Marzo											X		
118	4º Ano, nº186	07/02/1924	Aura Abranches	X												
120	4º Ano, nº188	21/02/1924	Mulher N/Identificada							X						
123	4º Ano, nº194	03/04/1924	Raquel Barros	X												
125	4º Ano, nº198	01/05/1924	Cristina Penedo			X										
127	4º Ano, nº200	15/05/1924	Rosita Rodrigo					X								
128	4º Ano, nº201	22/05/1924	Pilar Marti					X								
133	4º Ano, nº208	10/07/1924	Mulher N/Identificada													
134	5º Ano, nº210	24/07/1924	Lima Demoel	X												
135	5º Ano, nº212	07/08/1924	Mulher N/Identificada							X						
141	5º Ano, nº225	06/11/1924	Lea Cabrini					X								
142	5º Ano, nº226	13/11/1924	Melle Feline Verbist			X										
146	5º Ano, nº236	22/01/1925	Mulher N/Identificada							X						
148	5º Ano, nº239	12/02/1925	Mulher N/Identificada							X						
149	5º Ano, nº241	05/03/1925	Cremilda de Oliveira	X												
150	5º Ano, nº244	19/03/1925	Mulher N/Identificada													
154	5º Ano, nº250	30/04/1925	Ivone Vallée				X									
156	5º Ano, nº253	21/05/1925	Vitoria e Laura Pimilos			X										
157	5º Ano, nº254	28/05/1925	Mulher N/Identificada							X						
158	5º Ano, nº257	18/06/1925	Melle Rose Amy													
159	5º Ano, nº258	25/06/1925	Amália de Isaura		X											
161	5º Ano, nº260	09/07/1925	Laura Costa				X									
163	6º Ano, nº263	30/07/1925	Mulher N/Identificada							X						
164	6º Ano, nº264	06/08/1925	Mariz Lourdes Cabral				X									
166	6º Ano, nº266	10/08/1925	Mulher N/Identificada							X						
167	6º Ano, nº267	27/08/1925	Mulher N/Identificada													
168	6º Ano, nº268	03/09/1925	Mulher N/Identificada													
170	6º Ano, nº271	24/09/1925	Maria Lourdes Cabral				X									
171	6º Ano, nº272	01/10/1925	Mulher N/Identificada													
172	6º Ano, nº273	08/10/1925	Mulher N/Identificada													
173	6º Ano, nº274	15/10/1925	Carmina Pereira	X												
174	6º Ano, nº275	22/10/1925	Miss Quinsey						X							
177	6º Ano, nº284	24/12/1925	Alexadra Kollontai													X
181	6º Ano, nº301	22/04/1926	Maria Alvez	X												
183	6º Ano, nº305	20/05/1926	Beatriz Belmar	X												
190	7º Ano, nº320	02/09/1926	Oliva Guerra												X	
196	7º Ano, nº336	23/12/1926	Mulher N/Identificada							X						
198	7º Ano, nº339	13/01/1927	Francisca Vera Sergine	X												
199	7º Ano, nº340	20/01/1927	Ludmilla Pitoff	X												
200	7º Ano, nº341	27/01/1927	Mulher N/Identificada													
206	7º Ano, nº351	07/04/1927	Margarida Bastos						X							
207	7º Ano, nº352	14/04/1927	Virginia Lima						X							
237	8º Ano, nº385	01/12/1927	Maria Alvez	X												

ANEXO E. – TABELA DE PUBLICIDADE NAS CAPAS DA ABC (1920-1927)

Tabela de análise útil para o capítulo 6. “As Influências vêm de Todos os Cantos da Tela: Observações de Temas e Estilos”

	Pasta de dentes Gibb's	Concurso de Orelhas Bristol Club	Licor Raspail	Automóvel Fiat	Autopromoção		
1920	2	-	-	1	-	1	
1921	-	-	-	-	-	-	
1922	-	-	-	-	-	-	
1923	-	1	-	-	-	1	
1924	-	-	-	-	-	-	
1925	-	-	-	1	-	-	
1926	-	-	-	-	-	-	
1927	-	-	28	-	-	-	
	0,82%	0,41%	11,61%	0,41%	0,41%	0,82%	85,00%
	1%	0,40%	12%	0,40%	0,40%	1%	15%

